

02/23 | Mai 2023 | 42. Jahrgang | 8,50 €

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



Namibia | Sustainability | IMEX | VDVO
Female Leaders | Spreewald | MeetingsForward

abu dhabi

Convention & Exhibition Bureau



GET THE ADVANTAGE

Advantage Abu Dhabi's Meeting and Incentive 2.0 program provides more comprehensive destination-driven value-adds and enhanced experiences to incentivize corporate clients to select Abu Dhabi for their upcoming MICE events.

FIND OUT MORE
visitabudhabi.ae



Von Namibia über die ITB und den Spreewald zur IMEX

Die ersten Monate dieses Jahres waren ereignisreich. So konnten wir Mitte Februar an einer weiteren MICE Trophy nach Namibia teilnehmen und uns persönlich von den Möglichkeiten in dem südafrikanischen Land überzeugen. Und davon gibt es viele! Im Anschluss an die MICE Trophy ging es dann auch ziemlich direkt in die Hauptstadt. Die ITB fand in diesem Jahr wieder als Präsenzveranstaltung statt und zeigte, dass das Messengeschäft nach Corona keinesfalls tot ist. Eher ganz nach dem Motto „Totgesagte leben länger“, war das Messegelände während der drei ITB-Tage gut besucht und das Feedback der Aussteller fiel im Nachgang hauptsächlich positiv aus – auch wenn immer noch die Frage im Raum stand und steht, ob sich die Messelandschaft nicht grundlegend ändern müsste. Neben den interessanten Meetings während der Messe nutzten wir den Aufenthalt in Berlin für einen Abstecher in den Spreewald. Die Region in Brandenburg hat sich in den letzten Jahren für die MICE-Branche aufgestellt und bietet jetzt sehr individuelle und gut durchdachte Konzepte inmitten des UNESCO-Biosphärenreservats.

Und jetzt steht das nächste Großevent der Branche an. Die IMEX in Frankfurt öffnet wieder ihre Türen: mit altbewährten Formaten wie She Means Business oder dem Agency Directors Forum, aber auch neuen Formaten wie der MICE Impact Academy & Lounge. Wir freuen uns auf drei spannende Tage in Frankfurt und Ihren Besuch an unserem Stand G140!

Anna-Lena Gras

Anzeige



Confex

The new multi-talent.
Opening summer 2024.

In the city, not on the outskirts.

Congresses, corporate events or trade fairs. All of it in the heart of the city:

- 3-minute walk to the train station
- 5 minutes to surrounding hotels
- 10 minutes to city shopping
- and more than 117 restaurants and pubs nearby.

These are the things that make events a treat.

**The
right
place**

koelncongress

conference | exhibition | event

Inhalt

Mai 2023



www.convention-net.de



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



www.facebook.com/Convention.International



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



6

Die MICE Trophy war in diesem Jahr zum zweiten Mal zu Gast in Namibia. Mit 15 Planern und sechs Partnern ging es auf Entdeckungstour durch das südafrikanische Land. Einzigartige Erlebnisse und bleibende Eindrücke inklusive.

- 6 MICE Trophy Namibia**
Zurück zu den Anfängen
- 18 Colja M. Dams**
KI meets Events
- 20 Hotels**
Marriott Hotel München: Wer rastet der rostet
- 21 Sustainability**
Stefan Lohmann über den IPCC und wie die Branche Teil der Lösung werden kann
- 24 Hotels**
Travel Charme Werfenweng: Inmitten der Berge
- 26 Messen**
Neue Formate auf der IMEX
- 30 Female Leaders**
Dr. Viktoria Veider-Walser, Geschäftsführerin Kitzbühel Tourismus
- 32 VDVO**
Positive ITB-Bilanz, Zweite Runde für den VDVO-Kongress & noch mehr Vorteile für Mitglieder
- 38 Meeting- & Eventbarometer**
Live-Events werden besser und mehr
- 40 Interview**
Im Gespräch mit Nadja Kahn

Sustainability:
Stefan Lohman über den
Weltklimarat IPCC und
wie die MICE-Branche
als Teil der Lösung
fungieren kann.



21



24

Alpencharme und
hervorragende Konfe-
renzbedingungen: Das
Travel Charme Bergresort
Werfenweng.

Bei den Female Leaders stand uns dieses Mal Frau Dr. Viktoria Veider-Walser,
Geschäftsführerin von Kitzbühel Tourismus, Rede und Antwort.

30



Mit der MICE Impact
Academy & Lounge
präsentiert die IMEX
in diesem Jahr am
Vortag der Messe ein
völlig neues Format.



26

42 **Impressum**

44 **Spreewald**

Mehr als "nur" Gurken und ein Aus-
flugsziel für Berliner

48 **Hofburg Vienna**

Historie und State-of-the-Art Technik
spielen perfekt zusammen

50 **MeetingsForward**

Veranstaltungsbesuche inspirieren,
motivieren und verbinden

Idyllische Landschaft und
Kilometer lange Wasser-
wege sind die typischen
Attribute des Spreewalds.
Doch in Zukunft hat auch
die MICE-Branche hier ein
Zuhause.

44





Zurück zu den Anfängen | von Anna-Lena Gras

Mit der MICE Trophy Namibia 2023 ging das Format in seine mittlerweile nun siebte Ausgabe und war bereits zum zweiten Mal, nach der allerersten MICE Trophy 2016, wieder – wie der Name schon sagt – in Namibia unterwegs.

INSGESAMT 15 PLANER und sechs Destinations-Partner stiegen Mitte Februar in das Flugzeug der Eurowings Discover, die übrigens derzeit den einzigen Direktflug zwischen Deutschland und dem südafrikanischen Land anbietet. Sowohl von Frankfurt als auch von München aus bedient der eigentlich als Ferienflieger betitelt Carrier der Lufthansa Gruppe die Strecke nach Windhoek. Seit dem 26. März geht es – ganzjährig – von Frankfurt aus zehnmal wöchentlich in die namibische Hauptstadt. Geflogen wird entweder mit einem Airbus 330-200 oder 330-300. Durch die unterschiedlichen Flugzeugtypen ergibt sich eine jeweils etwas andere Konfiguration der Economy- und Premiumsitze, die sich auf insgesamt entweder 270 oder 302 Sitzplätze belaufen. Bezogen auf Business Class und Premium

Economy variiert die Zahl zwischen 40 und 60 Sitzen. In beiden Varianten des Airbus ist die Business Class in 2-2-2-Bestuhlung, die Premium Economy in 2-3-2 und die Economy in 2-4-2 aufgebaut.

Ein kleines Highlight ist die Verlängerung der Windhoek-Flüge ab Frankfurt an die Victoria Falls. Dreimal in der Woche können Gäste von Windhoek aus zum internationalen Flughafen in Simbabwe fliegen. Je nach Planung kann es nach einem kurzen Tankstopp erst an die Victoria Falls gehen oder aber auch zu einem anderen Zeitpunkt der Reise – eine gute Kombinationsmöglichkeit zwischen den beiden afrikanischen Ländern.

Nach einem Nachtflug setzte unser Flugzeug am frühen Morgen in Windhoek auf. Nach Erledigung der obligatorischen Einreiseformalitäten – die Anreise

nach Namibia ist für Deutsche ohne vorherige Visa-Anmeldung möglich – ging es per Bus zum Windhoek Country Club, dem ersten Stopp auf der Reise durch Namibia.

Etwa 45 Minuten Fahrt liegen zwischen dem Flughafen und dem VierSterne-Haus im Süden der namibischen Hauptstadt. Bei einem Frühstück auf der Terrasse des Country Club konnten wir nach dem Flug noch etwas entspannen und lauschten den ersten Informationen über das, was uns in den nächsten Tagen erwarten würde.

Der Country Club ist eine der ersten Anlaufstellen in Windhoek, insbesondere für Planer. Einerseits gibt es 152 Zimmer auf lediglich zwei Etagen und ein voll ausgestattetes Konferenzzentrum. Dort stehen insgesamt sieben Konferenzräume



unterschiedlicher Größe zur Verfügung. Die größte Kapazität ist mit der Kombination aus drei der vorhandenen Räume erreichbar. Je nach Art des Events sind hier bis zu 1.000 Personen möglich. Die kleineren Säle erlauben Veranstaltungen zwischen 14 und 50 Personen.

Direkt nach dem Frühstück ging es dann schon los in Richtung Wüste. Doch zuerst konnten sich die Teilnehmer auf die nahezu fabrikneuen Land Rover Defender aufteilen. Die jeweiligen Partner übernahmen den Team-Lead. Zur Auswahl standen also das Auto von Matthias Lemcke (Namibia Tourism Board), Simone Rösel (VisitOman), Jewgeni Patrouchev (Procolombia), Frank Müllauer (DCT Abu

Dhabi), Carol Kahman (STRproMICE), Sabine Rauser (ProSky) und Ruth Kambalakoko (Zambia Travel). Abgerundet wurde das MICE Trophy-Team durch Hilmar Tonnemacher von Abenteuer Afrika Safari, als federführende DMC, und Wanjo Maier sowie Dag Rogge von Landrover Experience als Mobility Partner. Nachdem das gesamte Gepäck in den acht Defendern untergebracht war, setzte sich der Tross in Bewegung. Etwas mehr als 300 Kilometer lagen zwischen uns und unserem nächsten Ziel am Rande des Namib-Naukluft-Parks und der ältesten Wüste der Welt.

Bereits auf dem Weg zeigte sich Namibia von seiner landschaftlich beeindruckenden Seite. Schon kurz hinter der Stadt

Die unglaubliche Weite Namibias ist Teil der Faszination, das erlebten wir während der MICE Trophy hautnah. Foto: Thomas Noitz/shutterstock.com

wechselten wir von der asphaltierten Straße auf die in Namibia hauptsächlich vorhandenen Schotterpisten. Hier ist es besonders wichtig, wenn man im Konvoi unterwegs ist, ausreichend Abstand zwischen den Fahrzeugen zu halten. Nicht nur wegen des aufwirbelnden Staubes, der dem Fahrer die Sicht nehmen kann, sondern auch wegen der Steine auf der Strecke, die für Windschutzscheiben und Reifen eine Gefahr darstellen. Per Funkgerät waren unsere Autos miteinander verbunden. So konnten wir während der Fahrt den Kontakt untereinander halten und wichtige Informationen austauschen.



li.u.: Mit insgesamt acht Land Rover Defendern entdeckten wir Namibia. Foto: Larissa Wolniczak

re.u.: Der Windhoek Country Club war unsere erste und auch letzte Adresse während der MICE Trophy. Foto: Windhoek Country Club Resort & Casino



→ Allerdings wurde die Funkverbindung ebenso für kleine Späße zwischen den Autos benutzt.

Während sich die Region rund um Windhoek, bedingt durch die herrschende Regenzeit, sehr grün präsentierte, änderte sich die Landschaft immer mehr, während wir Kilometer um Kilometer hinter uns brachten: karger, aber nicht minder schön. Nahezu unbegreiflich ist jedoch die unfassbare Weite, die sich schon beim Verlassen der Stadt offenbart. Denn obwohl Namibia in etwa doppelt so groß ist wie Deutschland, leben hier nur etwa 2,5 Millionen Menschen, was es zu einem der am dünnsten besiedelten Länder der Welt macht. Kilometerweit gibt es nichts als Natur.

Die älteste Wüste der Welt

Am Rande der Namib-Wüste findet sich die Sossusvlei Lodge, die für die erste Nacht in Namibia unsere Unterkunft sein sollte. Die Vier-Sterne-Lodge ist eine der Lodges, die nur eine kurze Fahrt vom Eingang in das weltweit bekannte Sossusvlei entfernt liegt, das wiederum Teil der Namib-Wüste ist. Die Sossusvlei Lodge verfügt über insgesamt 48 Wohneinheiten, wobei die Mehrzahl auf die 36 m² großen Superior Units entfällt. Die erst kürzlich renovierten Zimmer sind alle so ausgerichtet, dass von der jeweils überdachten Terrasse aus einerseits die Wüstenlandschaft, andererseits die sich auf dem Gelände bewegend Tiere wie Springböcke, Schakale oder Oryxe zu beobachten sind. Auch wenn es die Gäste in Namibia eher nach draußen zieht, laden Design und Ausstattung der Zimmer, bei

deren Renovierung viel Wert aufs Detail gelegt wurde, zum Verweilen ein. Zwar erinnern Optik und Design an Safari-Zelte, Standard ist aber der eines Vier-Sterne-Hotels.

Nachdem wir alle unsere Zimmer bezogen hatten, ging es direkt weiter zum ersten Sundowner – ein absolutes Muss. Mit den Lodge-eigenen Fahrzeugen fuhren wir hinaus auf das 40.000 ha große Gelände der Lodge. Während der Fahrt zeigte sich erneut die unendliche Weite, die es in Namibia zu entdecken gilt. Die flache Ebene zieht sich kilometerlang dahin und wird von einigen Hügeln begrenzt. Während der Fahrt konnten wir einige Oryxe und Springböcke beobachten. Sogar ein Skorpion kreuzte unseren Weg. Passend zum Sonnenuntergang fanden wir uns dann an unserem Sundowner-Spot ein. Versteckt hinter einer kleinen Felsformation – und daher nicht auf den ersten Blick sichtbar – wartete das Team der Sossusvlei Lodge mit Snacks und Getränken. Ein herrlicher Einstieg in den ersten Abend der MICE Trophy!

Mit den letzten Sonnenstrahlen ging es dann zurück zur Lodge. Hier erwartete uns auf der Terrasse schon unser Dinner, das sowohl an der Live-Cooking-Station frisch zubereitet wird als auch in Buffet-Form kredenzt wird. Ein kleines Highlight ist in jedem Fall das von Terrasse und Restaurant einsehbare Wasserloch, an dem die verschiedenen Tiere vorbeiziehen und trinken.

Der frühe Vogel

Am nächsten Morgen sollte es für uns schon früh losgehen. Für sechs Uhr wur-

den die Wecker gestellt, denn die Abfahrt ins Sossusvlei stand auf dem Programm. Doch auch wenn es sehr früh losging – gerade zu dieser Uhrzeit lohnt sich die Fahrt wirklich. Denn das Licht ist in den frühen Morgenstunden etwas ganz Besonderes und lässt die hohen Sanddünen in beeindruckendem Rot-Gold erstrahlen. Aber nicht nur das Farbspiel spricht für eine Fahrt am Morgen, es gibt einen weiteren entscheidenden Vorteil. Denn je weiter der Tag voranschreitet, desto heißer wird es in der Wüste. Daher sollten Ausflüge immer für die Morgenstunden geplant werden. Je nach Bedarf, Zeit und Budget kann eine Heißluftballon-Fahrt in das Programm eingearbeitet werden. Dann



li.o. : Voller Vorfreude auf die anstehende Trophy starten wir an Tag 1 in unseren ersten Streckenabschnitt. Foto: CI

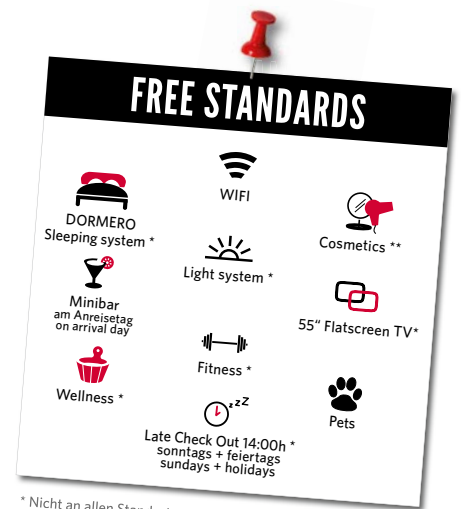
re.o. : Die Sossusvlei Lodge ist eine der ersten Adressen für Ausflüge in die älteste Wüste der Welt.

re.u. : Einzigartiges Farbspiel in der Namib. Gerade in den Morgenstunden präsentiert sich die Sandwüste in ihrer Farbvielfalt. Fotos: Sossusvlei Lodge

DORMERO Hotels

Wir sind da, wo du uns brauchst!

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



* Nicht an allen Standorten
Not at all locations

** Erhältlich an der Rezeption
Available at reception



DORMERO | Hotels

www.dormero.de

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



→ allerdings muss der Wecker noch deutlich früher klingeln.

Etwa 60 Kilometer liegen zwischen der Lodge und dem Sossusvlei. Während sich der erste Teil der Strecke noch über Schotterpisten – und unter anderem an einer der höchsten Sanddünen der Welt vorbei – führt, besteht der Untergrund des letzten Wegstücks aus Sand. Daher musste am letzten Rastplatz vor dem Sossusvlei die Luft aus den Reifen gelassen werden, damit unsere Defender sich gut durch den Sand steuern ließen. Auch wenn das Fahren auf Sand immer ein Riesenspaß ist und eigentlich nichts passieren kann, ist die Wahrscheinlichkeit generell recht hoch, dass sich der ein oder andere Wagen festfährt. Uns erging es ebenso. Unter der fachkundigen Anleitung von Wanjo, Dag und Hilmar konnten die Fahrzeuge jedoch aus der Notlage befreit werden und es ging weiter.

Im Sossusvlei selbst erwartete uns dann eine kleine Überraschung. Versteckt hinter einigen Dünen bot sich uns ein Frühstücksbuffet, organisiert von der Sossusvlei Lodge. Mitten im Nirgendwo waren die runden Tische mit weißen Tischdecken eigens für uns platziert worden und boten einen tollen Kontrast zu den uns umgebenden Sanddünen. Grundsätzlich kann die Lodge dieses Set-Up – offizielle Genehmigung vorausgesetzt – an jedem beliebigen Ort im Sossusvlei realisieren. Allerdings sind schattenspendende Bäume eine unverzichtbare Bedingung. Glücklicherweise lieferte unser Standort genau das – Und zusätzlich noch eine der größeren Dünen im Sossusvlei. Daher hieß es für einen Großteil der Gruppe erst

mal „bergsteigen“. Nicht ganz unanstrengend ist der Aufstieg durch den sandigen Untergrund und die teils kräftige Steigung. Dafür aber wurden wir mit einer faszinierenden Aussicht über einen Teil der ältesten Wüste der Welt belohnt.

Nach dem Abstieg hieß es dann „Guten Appetit“. Die teilweise frisch zubereiteten Speisen waren genau das Richtige, frische Brötchen und Obst rundeten das Erlebnis im Sossusvlei ab.

Nach dem Frühstück ging es zurück in unsere Land Rover und hinaus aus dem Sossusvlei. Die Gegend haben wir allerdings nicht verlassen. Denn unsere nächsten Ziele waren zwei der Gondwana Lodges nördlich des Sossusvlei. Der erste Stopp fand passend zum Lunch in der Namib Desert Lodge statt. Mit ihren insgesamt 65 Zimmern ist sie eine der größten Lodges und ermöglicht daher auch größeren Gruppen die Unterkunft. Zudem befinden sich auf dem riesigen Areal der Gondwana Collection am Sossusvlei noch weitere Lodges, die bei noch höheren Personenzahlen gemeinsam bespielt werden können.

Die Zimmer der Namib Desert sind in einzeln stehenden Bungalows organisiert und als Doppel- oder Familienzimmer eingerichtet. Ein besonderer Pluspunkt der Lodge ist die direkte Nähe zu den versteinerten Dünen. Diese über Jahrtausenden hinweg entstandenen Dünen können erwandert werden. Für uns war das aus Zeitgründen leider nicht möglich, ist aber in jedem Fall ein beeindruckender Programmpunkt. Nach unserem Lunch ging es dann in die zweite Gondwana Lodge: das Desert Grace.

Nachhaltiger Luxus inmitten der Wüste

Nachdem wir unsere Land Rover unter den mit Solarpanels ausgestatteten überdachten Parkplätzen abgestellt haben, tauchen wir ein in die Welt des The Desert Grace. Vor etwa fünf Jahren öffnete die Lodge ihre Türen und schon während des Baus wurde sehr stark auf Nachhaltigkeit geachtet. So sind alle Gebäude nicht mit Ziegelsteinen gebaut, sondern mit Sandsäcken. Dadurch ergibt sich eine bessere Isolierung der Bungalows, die wiederum dafür sorgt, dass es in den Zimmern kühler ist. Darüber hinaus wurden ein Wasserrecycling-System konstruiert und die Wege innerhalb der Lodge aus recyceltem Glas gebaut. Für den benötigten Strom sorgen Solarpanels. Das Motto lautet: größtmöglicher Komfort bei größtmöglicher Nachhaltigkeit.

Generell präsentiert sich das Desert Grace als sehr stylische, sehr gemütliche und moderne Lodge. Inspiriert wurde das Design vom Stil der 60er-Jahre, es verbindet dunkle Farben mit erdigen Tönen, immer wieder durchbrochen durch Akzente in Pink. Insgesamt sehr „instagrammable“, wie man heute so schön sagt.

Schon die drei Hauptgebäude in der Mitte der Lodge, die Rezeption, Restau-

li. : Schon frühmorgens unterwegs: Mit den ersten Sonnenstrahlen startet unser Ausflug ins Sossusvlei. Foto: CI

re. : Frühstück mitten in der Wüste. Das Team der Sossusvlei Lodge kann dieses Set-Up bei entsprechender Planung nahezu überall umsetzen. Foto: Mümmi Bulac



rant und Bar beherbergen, machen den Anspruch an Design und Wohlfühlfaktor deutlich. Hohe Decken, riesige Fensterfronten und gemütliche Sitzmöglichkeiten laden zum Verweilen ein. Zu beiden Seiten der Hauptgebäude befinden sich die insgesamt 24 Zimmer beziehungsweise Bungalows, die ebenfalls sehr stilvoller eingerichtet wurden. Wir hatten gleich in zweierlei Hinsicht Glück: Einerseits hatten wir die Lodge ganz für uns allein, andererseits ließ uns das Programm genug Zeit, um die Lodge genießen zu können. Denn alle Zimmer verfügen über eine großzügige Terrasse mit Blick auf das umliegende Gelände und einen eigenen, kleinen Pool sowie eine Außendusche. Um die nötige Privatsphäre zu schaffen, sind alle Bungalows auf einer Linie gebaut worden und die Terrassen durch hochgezogene Mauern vor den Blicken der Nachbarn geschützt. So lässt sich dieses private kleine Außen-Spa hervorragend genießen. Durch die bodentiefen Fenster sollen die Gäste auch im Inneren nicht auf den ungestörten Blick nach draußen verzichten müssen. Daher ist es kein Wunder, dass das riesige Kingsize-Bett ebenfalls zum Fenster hin ausgerichtet ist. Denn schließlich ist die Natur der absolute USP in Namibia. Mit kleinen Annehmlichkeiten

li. : Stylisch und sehr instagrammable präsentiert sich das Desert Grace, inklusive ausgeklügeltem Nachhaltigkeitskonzept. Foto: Gondwana Colletion

re. : Die Rostock Ritz Lodge liegt gefühlt mitten im Nirgendwo – kein Wunder bei 12.000 ha Grundstücksgröße. Foto: Rostock Ritz Lodge

ten wie einem Bluetooth-Lautsprecher im Retro-Look von Marshall und einer mit den perfekten Gin-Tonic-Utensilien gefüllten Minibar für den privaten Sundowner auf der eigenen Terrasse wird das Erlebnis Desert Grace abgerundet.

Nach unserer kleinen Pause stand der nächste Programmpunkt auf der Agenda. Denn im Desert Grace ging es ebenfalls zur Sundowner-Fahrt. Verteilt auf verschiedene Fahrzeuge starteten wir in das riesige Gelände. Das Spiel aus Licht und Farben war faszinierend und zog jeden von uns in seinen Bann. Auf einer kleinen Anhöhe hielten wir schließlich und genossen den Sonnenuntergang bei ein paar Drinks. Mit den letzten Sonnenstrahlen ging es für uns zurück zur Lodge und auf direktem Weg zum Dinner. Auch hier wird meist in Buffetform serviert, kombiniert mit mehreren Live-Cooking-Stationen. Während auf dem Grill Fisch und Fleisch zubereitet werden, kann man sich an einer anderen Station eine Pizza nach eigenem Gusto zusammenstellen. Aufgrund der Vielfalt des Angebots findet jeder das Passende. Gestärkt zog es uns im Anschluss an die Bar. Unter den pinken „One night in Namibia“-Lettern an der Rückwand der Bar ließen wir den Abend ausklingen. Dabei zeigte sich ein Vorteil der exklusiven Nutzung: Eigentlich schließt die Bar um 10 Uhr. Bei einem Buy-Out lassen sich diese Zeiten aber natürlich ganz an die Bedürfnisse der Gruppen anpassen. Mit Musik aus den Marshall-Lautsprechern, unter dem beeindruckenden Sternenhimmel und bei guten Gesprächen erlebten wir die einzigartige Atmosphäre des Desert Grace.

Ab an die Küste

Essenzieller Teil eines jeden MICE-Trips in Namibia sollte immer ein Aufenthalt in Swakopmund sein. Daher ging es für uns nun an die Küste des Südatlantik. Die Stadt gilt als die große Spielwiese Namibias. Dieser Ruf baute sich über die Jahre aufgrund der unzähligen Aktivitäten auf, die vor Ort erlebt werden können und natürlich auch für MICE-Gruppen viele Möglichkeiten offerieren. Und einige davon standen auch auf unserem Programm. Doch bevor wir die Küste erreichen sollten, stand noch ein Zwischenstopp an: die Rostock Ritz Lodge.

Etwa auf halber Strecke zwischen Desert Grace und Swakopmund liegt die Rostock Ritz Lodge mitten auf einem 12.000 ha großen Grundstück. In den Bungalows, die in der für das südliche Afrika typischen Form gebaut wurden und daher über einen runden Grundriss verfügen, finden insgesamt 40 Gäste Platz. Jeder Bungalow hat eine eigene Terrasse mit Panoramablick und bietet ein gemütliches Design. Eine kleine, aber umso bemerkenswertere Besonderheit ist die Art und Weise, wie die Lodge geführt wird. Denn Gründer und Inhaber Wolfgang „Kücki“ Kühhirt gilt als Vorreiter in puncto Mitarbeitergewinnung und -führung. Der gebürtige Namibianer erlernte das Hotelhandwerk in Deutschland und der Schweiz und gibt sein Wissen nun an Nachwuchskräfte weiter. Allerdings sieht sein System vor, ausschließlich Namibianer für die Arbeit in der Lodge einzustellen. Somit leistet er einen enormen Beitrag zur Tourismusentwicklung in Namibia.



→ Nach einem Lunch ging es dann auf die zweite Teilstrecke des Tages. Knappe drei Stunden trennten uns noch von Swakopmund. Jedoch verfügten unsere Defender neben den ganzen technischen Spielereien und Möglichkeiten über den nötigen Komfort, um die Strecke sehr angenehm hinter uns zu bringen.

Unser Home-away-from-home für die nächsten zwei Nächte war das Strand Hotel Swakopmund, das wir nun direkt ansteuerten. Nach einem schnellen Check-in wartete in einem der insgesamt drei Restaurants des Hauses, dem Brewer & Butcher – das außerdem über eine kleine Brauerei verfügt – ein Biertasting auf uns. Unter Anleitung und mit ausführlicher Erklärung konnten wir die vier ausschließlich in Namibia hergestellten Biersorten ausgiebig testen – ein schöner Einstieg für unsere Zeit in Swakopmund.

Das Vier-Sterne-Hotel liegt direkt an der Strandpromenade und bietet ein interessantes Gesamtpaket für MICE-Planer. Neben den verschiedenen Restaurants und der hervorragenden Möglichkeit für die Gestaltung der Rahmenprogramme rund um Swakopmund – dazu später mehr – finden sich 125 Zimmer und Suiten, die in ihrem Design alle an den maritimen

Standort angepasst sind und dadurch ein sehr leichtes Gefühl vermitteln.

Dinner mit Blick auf den Atlantik

Am Abend ging es dann für uns in das zweite kulinarische Outlet des Strand Hotels. Leider ließen die Temperaturen ein Dinner auf der Terrasse des Restaurants nicht zu, der Wintergarten war jedoch eine sehr gute Alternative, um den Ausblick auf den Ozean trotzdem genießen zu können. Im Ocean Cellar erwartete uns ein Drei-Gänge-Menü, das in allen Belangen beeindruckte. Bekannt ist der Ocean Cellar für sein hervorragendes Seafood. Wer sich dafür nicht begeistern kann, erhält jedoch ebenso köstliche Alternativen. Das Menü lässt sich selbstverständlich für Gruppen individuell zusammenstellen und anpassen. Das Küchenteam steht mit Rat und Tat zur Seite. Für die musikalische Begleitung an diesem Abend sorgte eine A-Cappella-Gruppe, die sowohl mit traditionellen Liedern als auch weltweit bekannten Songs wie „The lion sleeps tonight“ überzeugte.

Die Kombination aus Sand, Wasser und Mondlandschaft

Action und Spaß standen an unserem vierten Tag in Namibia auf der Agenda. Und die einmalige Kombination aus Ozean und Wüste sollte dabei eine zentrale Rolle spielen. Zuerst ging es für uns aufs Wasser. Zwar blieben die Defender dieses Mal am Hotel zurück, aber der adäquate Fuhrpark von Abenteuer Afrika Safari brachte uns genauso sicher und bequem zum Ziel. Und das war an diesem Morgen der Hafen von Walvis Bay. Mit seinen etwas weniger als 70.000 Einwohnern ist Walvis Bay die drittgrößte Stadt Namibias und verfügt zusätzlich zum Hafen über einen interna-

tionalen Flughafen, der – über Verbindungen mit Airlink über Johannesburg – Walvis Bay mit dem Rest der Welt verbindet.

Am Hafen angekommen, wartet schon unser Boot auf uns. Mit Laramon Tours machten wir uns auf eine etwa zweistündige Rundfahrt um Walvis Bay auf. Ein einzigartiges Erlebnis! Während wir zu Beginn das Boot für uns alleine hatten, gesellten sich während der Fahrt sowohl Robben als auch Pelikane zu uns und gingen auf Tuchfühlung.

Beeindruckend ist außerdem die immense Robbenkolonie, die sich auf den Sandbänken vor Walvis Bay tummelt. So viele Robben erwischt man selten an einem Ort. Mit ein bisschen Glück, das wir leider nicht hatten, kann man sogar Delfine vor Walvis Bay entdecken. Generell ist die Region für ihre Vielfalt an Seevogelarten bekannt. Ein Ausflug lohnt sich also immer.

Nach dem Bootsausflug wartete das Swakopmund Hotel & Entertainment Center auf uns. Wenn auch etwas kleiner als das Strand Hotel in puncto Zimmeranzahl – es sind insgesamt 90 –, offeriert das ebenfalls als Vier-Sterne-Haus klassifizierte Hotel einen eigenen Konferenz- und Entertainmentbereich, der sich sehen lassen kann.

Alle Konferenzmöglichkeiten sind in einem eigenen Teil des Gebäudes untergebracht und können dadurch hervorragend mit großen Gruppen bespielt werden. Für den klassischen Konferenzpart stehen im Raum Spitzkoppe insgesamt 448 m² (460 pax.) zur Verfügung, die sich zusätzlich – mittels flexibler Trennwand – in zwei gleich große Räume für jeweils 180 Personen unterteilen lassen. Außerdem gibt es drei Boardrooms, die Meetings zwischen 12 und 36 Personen ermöglichen.

li. : Das Strand Hotel Swakopmund ist eine der ersten Adressen der Stadt. Foto: Strand Hotel Swakopmund

Mi. : Tierischer Besuch: Während der Bootstour in Walvis Bay sind Robben und Pelikane gern gesehene Gäste an Bord. Foto: CI

re. : Die zweite für Planer interessante Adresse in der Stadt: das Swakopmund Hotel & Entertainment Center.



Herzstück des Bereichs ist der Innenhof mit seinen 578 m². Die Openair-Location ist von allen Konferenzbereichen sowie dem hoteleigenen – zusätzlich bespielbaren – Casino aus zugänglich und lässt sich äußerst flexibel gestalten. Sogar Beachpartys inklusive Sand wurden schon realisiert, aber auch Gala-Dinner oder Empfänge finden hier einen ansprechenden Rahmen. Eine weitere Möglichkeit insbesondere für Gala-Dinner und Events ist der Garten. Rund um den Pool können stilvolle Events mit bis zu 300 Personen, bei einem Gala-Dinner etwa 100 Personen, umgesetzt werden.

Auch wir nahmen in diesem Bereich, der direkt an eines der Hotelrestaurants anschließt, für einen kleinen Lunch Platz und genossen die Atmosphäre des Gartens in dem ehemaligen Bahnhofsgelände, das vor etwa 25 Jahren durch eine umfassende Renovierung vom Bahnhof zum Hotel umgewandelt wurde. Als Reminiszenz an die alte Nutzung des Gebäudes sieht sich das zweite Restaurant des Hauses. Das Platform One Restaurant erinnert an einen Bahnwaggon und ist im viktorianischen Stil eingerichtet.

Action, please!

Nicht umsonst wird Swakopmund als die Spielwiese Namibias bezeichnet. Warum genau das so ist, durften wir nach unserem Lunch erfahren. Denn dann ging es für uns mitten in die Dünen rund um Swakopmund. Und schon den Weg dorthin gestalteten wir abenteuertypisch: mit Quad-Bikes. Es gibt verschiedene Möglichkeiten, die Wüste und die Dünen per Quad zu erkunden. Je nach zeitlichem Rahmen können die Quads entweder für nur kleine Ausflüge genutzt werden oder aber für ausgedehntere Touren – wie in

unserem Fall. Am Rand der Dünen bestiegen wir also unsere Quads und fuhren tiefer hinein in die Namib-Wüste. Je nach fahrerischem Können werden die Touren in puncto Schwierigkeitsgrad individuell gestaltet. Die Entscheidung, ob es bergauf und bergab oder ganz entspannt durch die Dünen geht, liegt bei jedem selbst.

Nach einer kleinen Tour erhob sich inmitten der Wüste ein Zelt vor uns – unser Ausgangspunkt für diesen Nachmittag. Nachdem wir unsere Quads aufgereiht hatten, nahmen wir unter dem schattenspendenden Stoff Platz und erfuhren, was der Nachmittag für uns bereithält. Getreu der Idee der Trophy galt es mehrere Challenges zu bewältigen. Schnell teilten wir uns auf die verschiedenen Teams, deren Captains die jeweiligen Destinations-Vertreter waren, auf. Die erste Challenge lautete Duneboarding. Zu Fuß ging es die Düne hinauf, um dann mit so viel Tempo wie möglich ebendiese wieder hinunterzurutschen. Wer am weitesten rutschte, gewann wertvolle Punkte für sein Team.

Bei der zweiten Aufgabe kam es dann nicht unbedingt nur auf die Geschwindigkeit an, sondern eher auf Koordination und Teamwork. Denn es galt, mit einem umgebauten Land Rover einen Parcours zu meistern. Klingt auf den ersten Blick recht simpel, auch weil der Parcours an sich nicht sonderlich anspruchsvoll war. Knackpunkt war ein anderer, denn das Gefährt lässt sich nur mit vier Personen bewegen: Einer lenkt, einer gibt Gas, einer schaltet und einer bremst. Außerdem werden dem Fahrer die Augen verbunden. Somit musste das Team sehr gut kommunizieren und zusammenarbeiten. Nur gemeinsam ließ sich der Parcours somit bewältigen. Ein klassisches Teambuilding, aber mit einer gehörigen Portion Spaß.

Nachdem alle Teams die Challenges gemeistert hatten, stiegen wir wieder auf unsere Quads und verließen die Wüste erneut in Richtung Swakopmund.

To the moon and back

Nach einer kleinen Pause, um sich Staub und Sand wieder abzuwaschen, starteten wir schon in unser nächstes Abenteuer. Ein weiteres Mal blieben die Land Rover auf dem Parkplatz und wir stiegen in zwei äußerst komfortable Busse von Abenteuer Afrika Safari. Nach einer kurzen Fahrt hinaus aus der Stadt bogen wir schon in die sogenannte Mondlandschaft ein. In kürzester Zeit wandelt sich das Bild von Sand und Dünen hin zu zerklüfteten Felsen und Steinen und jedem wird klar, warum diese Gegend als Mondlandschaft bezeichnet wird. Insbesondere wenn die Sonne untergeht, wirkt es hier unfassbar „außerirdisch“. Auch wenn die Gegend sehr karg ist und kaum Pflanzen oder Tiere überleben, sind Atmosphäre und Anblick insbesondere bei einem Sundowner der perfekte Rahmen. Auf uns wartete ein gedeckter Tisch. Bei frischen Austern und Drinks ließen wir die Szenerie und die wieder einmal unfassbare Stille rings um uns herum auf uns wirken.

li. : Mit dem Quad durch die Dünen ging es tiefer in die Wüste rund um Swakopmund.

Mi. : Während dem Fahrer die Augen verbunden werden, müssen die weiteren Insassen jeweils kuppeln, Gas geben und bremsen. Teambuilding mal anders.

re. : Unbedingt einen Besuch abtasten: Die Mondlandschaft bei Swakopmund ist etwas ganz Besonderes. Fotos: CI



→ **Eine kleine Überraschung zum Schluss**

Nachdem die Sonne am Horizont verschwunden war, hieß es auch für uns Abschied nehmen. Offiziell, um zum Dinner zurück in die Stadt zu fahren. Doch Hilmar und Abenteuer Afrika Safari hatten etwas anderes im Sinn. Hinter einer felsigen Kuppe erreichten wir unseren eigentlichen Dinner-Spot. Eingebettet in einen kleinen Canyon erwarteten uns unzählige Laternen, verteilt auf den Hängen, Lichtinstallationen mit den Logos der Partner und liebevoll gedeckte und dekorierte runde Tische. Eine Szenerie, die ihresgleichen sucht. Ein Live-DJ sorgte für die musikalische Untermalung. Die Stimmung bewegte sich zwischen sprachlos und unfassbar beeindruckt. Unter dem Sternenhimmel nahmen wir also Platz und genossen das frisch zubereitete Essen.

Dieses Set-Up lässt sich im Übrigen für jede Gruppengröße realisieren. Ob 2 oder 2.000 Personen, spielt dabei keine Rolle. Lediglich der Ort innerhalb der Mondlandschaft ändert sich. In jedem Fall eine tolle Ergänzung zum actiongeladenen Programm in Swakopmund.

Der Weg führt zurück nach Windhoek

Nach einer weiteren Nacht im Strand Hotel machten wir uns mit unseren Defendern auf den Weg zurück in die Hauptstadt. 360 Kilometer trennen die beiden Städte voneinander, daher sollten mindestens 3,5 Stunden für die Fahrt eingeplant werden.

Erst kürzlich übernahm Accor den Hotelkomplex, bestehend aus Safari Court Hotel (215 Zimmer) und Safari Hotel (199 Zimmer), am südlichen Stadtrand von

Windhoek. Daher stehen in den nächsten Monaten noch umfassende Renovierungsarbeiten in den beiden Hotels an.

Neben den großen Kapazitäten in puncto Zimmer überzeugt der Komplex außerdem mit einem eigenständigen Konferenzzentrum mit 16 Veranstaltungsräumen und einem 1.600 m² großen Ballsaal für bis zu 2.400 Personen.

Im Anschluss an Site-Inspection und einen anschließenden Lunch ging es für uns zum Windhoek Country Club Resort & Casino, also quasi zurück zu unserem ersten Stopp auf namibischem Boden fünf Tage zuvor. Dieses Mal blieben wir allerdings ein bisschen länger und checkten für unsere letzte Nacht in Namibia dort ein.

Nach ein wenig Freizeit wartete schon der nächste Programmpunkt auf uns. Gocheganas liegt nur knappe 30 Kilometer außerhalb von Windhoek und ist ein privates Naturreservat mit über 25 Tierarten. Mit 6.000 ha ist Gocheganas zwar ein kleines, aber dafür sehr liebevoll geführtes Reservat. Inmitten der 6.000 ha wurde eine kleine Lodge gebaut, die über insgesamt 16 kleine Chalets verfügt. Alle bieten einen großartigen Ausblick über das Umland und sind teilweise mit Außenduschen ausgestattet. Um das Angebot in der Lodge abzurunden, findet sich im Haupthaus noch das sogenannte Wellness Village mit verschiedenen Wellness-Angeboten wie einer Höhlensauna, Kneippbädern sowie einem In- und Outdoorpool.

An das Haupthaus angeschlossen ist das großzügige Restaurant, das durch die bodentiefen Fenster einen ebenfalls

grandiosen Ausblick über die Ländereien ermöglicht.

Nach einer kurzen Site-Inspection wartete der lang ersehnte Game-Drive auf uns. Zwar konnten wir auf dem Weg zur Lodge schon einige Giraffen entdecken. Die unglaubliche Artenvielfalt zeigt sich aber erst während der Fahrt. Neben den Giraffen, die immer wieder zwischen den Bäumen auftauchten, sahen wir Nashörner, Springböcke, Oryxe, Warzenschweine, Steinböcke, Zebras, Schakale und Bärenpaviane. Ein beeindruckendes Erlebnis, das mit einem stimmungsvollen – und für uns leider letzten – Sundowner abgerundet wurde. Anschließend ging es zum – ebenfalls letzten – Dinner auf die Terrasse des Country Club.

Workshop-Time

Am nächsten Morgen stand der Trophäe-eigene Workshop im Konferenzzentrum des Hauses auf dem Programm. Neben den zahlreichen Möglichkeiten, sich über

li. : Mit dem Desert Dinner in der Mondlandschaft bei Swakopmund setzte Abenteuer Afrika Safari ein absolutes Highlight während der MICE Trophy. Das Gala-Dinner unter dem namibischen Sternenhimmel werden die Teilnehmer so schnell nicht vergessen. Foto: Larissa Wolniczak

Mi. + re. : Das Gocheganas Nature Reserve & Wellness Spa liegt nur eine kurze Fahrt von Windhoek entfernt und verbindet Lodge-Feeling mit Naturreservat. Auf dem Gelände leben neben Giraffen auch Nashörner, Schakale und Wildschweine. Hier durften wir auch unseren letzten Sundowner in Namibia genießen. Foto: GocheGanas / CI



Während des Workshops informierten die Partner noch einmal genau über Möglichkeiten. Foto: CI

die Partner, Destinationen und Möglichkeiten zu informieren, ermöglichte der Workshop eine weitere Vertiefung der in Namibia erworbenen Kenntnisse. Alle Partner hielten kurzweilige Vorträge, um die interessantesten Fakten der jeweiligen Destinationen noch einmal zusammenzufassen. Doch nicht nur die Partner der Trophy kamen in Namibia zu Wort. Auch einige lokale Partner, die bei der Erstellung einzigartiger Programme unterstützen, konnten sich unserer Gruppe noch einmal persönlich vorstellen. So zum Beispiel Fly Namibia: Neben den planmäßigen Flügen, die der kleine nationale Carrier betreibt, können zusätzlich individuelle Flüge für Gruppen realisiert werden. Gerade für die Überwindung der teilweise großen Distanzen innerhalb des Landes eine hervorragende Möglichkeit, um das meiste aus der Zeit vor Ort zu machen.

Ein weiterer Redner war Manfred Goldbeck, Brandmanager der Gondwana Collection. Die namibische Hotelgruppe ist ein starkes Beispiel für den modernen Tourismus im Land, denn die Strategie des Unternehmens beruht auf drei Säulen: Mensch, Natur und Ökonomie. Warum all diese drei Säulen bei Gondwana gleich wichtig sind, erklärte uns Goldbeck sehr bildlich. Denn der „Potje“, der typische namibische, gusseiserne Topf, ruht auf drei Beinen, und wenn nur eines bricht, fällt der gesamte Topf.

Äußerst interessant ist im Rahmen der Philosophie allerdings die soziale Komponente. Denn bereits seit der Gründung vor fast 30 Jahren ist die Gondwana Collection sehr stark engagiert. Stichworte wie Ausbildungsakademien oder Umsatzbeteiligung der Gemeinden, in denen die Lodges agieren, sind bezeichnend. Zusätzlich sind die Mitarbeiter am Umsatz der jeweiligen Lodges beteiligt. Das alles sowie

das allgemeine soziale Engagement zeigt, dass sich die Hotelgruppe in diesem Bereich sehr konsequent aufgestellt hat. Die zweite Säule bezieht sich auf Natur

Möglichkeit ergriffen, um nachhaltig zu bauen und zu wirtschaften.

Nach den inspirierenden Vorträgen warteten dann unsere letzten beiden Stopps, bevor wir den Rückflug nach Deutschland antreten mussten. Nach einem Lunch im The Stellenbosch Wine Bar & Bistro ging es in das direkt gegenüberliegende Windhoek Luxury Suites. Das Boutique Hotel lässt sich aufgrund seiner Größe mit 40 Zimmern hervorragend exklusiv bespielen und offeriert den Gästen ein helles und offenes Konzept. Ein guter Start für kleine Gruppen in Namibia.

Deutlich größer präsentiert sich das Hilton Windhoek MICE'lern. 150 Zimmer und Suiten, davon einige sogar mit eigener Terrasse und ein Veranstaltungsbe- reich für bis zu 400 Personen finden sich in dem seit 2010 in der Hauptstadt ansässigen Haus der US-Hotelkette. Ein Highlight ist die Dachterasse, die neben dem Pool auch eine Bar bietet. Bei entsprechen-



Alle Partner v.l.n.r.: Frank Müllauer (DCT Abu Dhabi), Simone Rösel (VisitOman), Hilmar Tonnemacher (Abenteuer Afrika Safari), Dag Rogge (Land Rover Experience), Carol Kahmann (STRproMICE), Jewgeni Patrouchev (ProColombia), Matthias Lemcke (Namibia Tourism Board), Ruth Kambalakoko (Zambia Travel) und Sabine Rauser (ProSky). Foto: CI

und Umwelt. „Nachhaltigkeit ist in unserer DNA verankert“, betonte Brand Manager Goldbeck in seinem Vortrag. „Auch für Reisende wird das Thema immer wichtiger. Dieser Trend hält schon seit Jahren an und hat sich durch die COVID-Krise noch verstärkt.“ Daher wurde schon beim jeweiligen Bau der einzelnen Lodges jede

der Planung kann dieser Bereich ebenfalls für Events bespielt werden.

Für uns markierte der Drink auf der Dachterasse gleichzeitig den Schlussakt zur MICE Trophy Namibia. Denn im Anschluss fuhren wir direkt zum Flughafen, wo wir mit der Eurowings Discover wieder Richtung Frankfurt starteten.

Interview mit Hannes Dreher, Direktor des Hotels am Los Angeles Platz in Berlin



Als Direktor des Hotels am Los Angeles Platz blickt Hannes Dreher (49) auf mehr als 28 Jahre Knowhow in der Hotellerie zurück. Nach seiner Ausbildung als Hotelfachmann kletterte der gebürtige Badener aus Waldshut schnell die Karriereleiter hoch: als Director of Sales im Crowne Plaza Köln und InterContinental Berlin sowie zuletzt als General Manager im Crowne Plaza Hamburg City Alster, wo er elf Jahre die Marke erfolgreich am Markt etablierte. Für ihn hat das neue Projekt aufgrund seiner Historie ganz viel Potenzial, das neue „Place to be“ für internationale Meetings und Events in Berlin zu werden. Foto: diephotodesigner.de/ Ken Schluchtmann

Ihr neues Hotel am Los Angeles Platz in Berlin steht in den Startlöchern. Wie aufregend ist es für Sie, die Wiedereröffnung eines ehemals „geschichtsträchtigen“ Hauses zu begleiten?

Für mich persönlich ist es sehr aufregend. Das Hotel war in den 80er Jahren eines der Aushängeschilder Berlins, in dem Größen wie Hans Dietrich Genscher, Luciano Pavarotti oder Tina Turner genächtigt haben. Doch während Anfang des neuen Jahrtausends wenige Schrit-

te weiter die Konkurrenz am Zoo in die Höhe schoss, kam das Hotel hinter seiner gelben Fassade in die Jahre. Diesem Haus einen neuen Charakter zu verleihen und es als das neue „The Place to be“ vor allem für internationales MICE-Publikum zu etablieren, wird spannend sein.

Wie kommt Ihnen dabei die Location nahe des Ku’damms zugute?

Wir befinden uns in einer Top-Location mit einem Mega-Produkt in komplett neuem Glanz. Ich würde behaupten – „the most sexy location“: parallel zum Ku’damm, abgeschieden, aber mitten im Herzen von Geschichte, Kultur und Shopping. Von hier aus kann man in den Mythos Ku’damm eintauchen, in die Welt von Nachkriegszeit und Wirtschaftswunder. Ein toller Standort für Freizeit, aber auch Business- und Event-Gäste, für die wir auch individuelle Rahmenprogramme bieten. Ob der historische Breitscheidplatz mit der Kaiser-Wilhelm-Gedächtnis-Kirche, der Zoologische Garten, das Nollendorfkiez oder der Savignyplatz, aber auch das legendäre KADEWE – alle sind nur wenige Gehminuten entfernt und vor allem für Meeting-Planner interessant: die Messe Berlin nur knapp fünf Kilometer.

Thema Fachkräftemangel: Wie einfach oder schwer war es, MitarbeiterInnen zu finden? Woher kommen die rund 80 MitarbeiterInnen? Und welche Ausbildungsmöglichkeiten bieten Sie?

Es war kein leichtes Unterfangen, denn die Branche ist bekanntermaßen gebeutelt vom Fachkräftemangel. Doch wir sind neue Recruiting-Wege über Social Media gegangen und wurden quasi überrannt mit Bewerbungen. Die meisten unserer Mitarbeitenden sind Quereinsteiger, was uns besonders freut. Unser Ansatz war, Menschen mit Lust und Leidenschaft für die Hotellerie zu gewinnen, ob routinierte Hotelfachkräfte oder Quereinsteiger. Wir sind jetzt bestens aufgestellt mit einem bunt gemischten Team aus 80 Mitarbeitenden, darunter 15 Azubis in den Bereichen Koch/Köchin, Hotel- und Restaurantfach sowie duale Studenten. Die Hälfte des Teams haben wir aus „alten Zeiten“ übernommen, die teilweise

schon über 30 Jahre an Bord sind. Eine perfekte Basis für Erfolg.

Was ist für Sie persönlich das Besondere an „Ihrem“ Hotel?

Es ist die Summe von vielen positiven Eigenschaften. Da ist die besagte Location, die vorher Nebenschauplatz war und jetzt als Mythos Ku’damm der Friedrichstraße den Rang abläuft. Zum anderen ist es die durchdachte Innenarchitektur von preisgekrönten Designern aus New York. Unser Haus bietet viel mehr Licht, Platz und Raum als in früheren Zeiten. Auch unser F&B-Konzept ist einzigartig und nachhaltig – mit einer regional-deutschen Küche im Berliner Style. Und nicht zu vergessen natürlich unsere Mitarbeitenden, die sich auf das neue Hotelerlebnis freuen.

Was bieten Sie speziell Ihren MICE-Gästen an?

Insgesamt stehen für Konferenzen und Events jeglicher Art elf Veranstaltungsräume mit über 800 Quadratmeter für bis zu 500 Personen zur Verfügung – mit großzügigem lichtdurchflutetem Foyer. Der größte Raum, also der Ballsaal, misst 450 Quadratmeter. Alle Veranstaltungsräume sind auf einer Etage mit kurzen Wegen und unsere Breakout Rooms verfügen alle über Tageslicht. Zudem gibt es einen separaten Eingang zum Eventbereich und die Möglichkeit, die komplette Etage exklusiv anzumieten – speziell interessant für Persönlichkeiten aus Politik, Film und Fernsehen, aber auch für Firmen und Kunden jeglicher Branche. Unseren MICE-Gästen werden wir hochwertige Kaffeepausen mit nachhaltigen und selbstgemachten Snacks bieten – für die süßen Leckeren haben wir unsere hauseigenen Pâtisseries.

Harte Facts zum Hotel?

Wir bieten 420 Zimmer, darunter 15 Suiten. Auf 470 Quadratmetern erstrecken sich Lobby samt Bar. Das Restaurant bietet 260 Sitzplätze, welche sich in vier Bereiche aufteilen. Dazu noch die elf Tagungsräume und ein großzügig ausgestatteter und lichtdurchfluteter Fitnessbereich inklusive zwei Saunen. (ag)

Erste Infos dazu unter:

www.hotel-los-angeles-platz-berlin.de



Was erwartest du von einer Business-Event-Messe im Jahr 2023?

Flexible Online-Terminplanung:
Entscheide selbst, wann du wen auf der Messe treffen möchtest

Kostenlose Weiterbildungs- & Networking-Angebote: Als Teilnehmer:in zahlst du kein Eintrittsgeld

Freie Zeiteinteilung:
Gestalte die Eventtage nach deinen persönlichen Präferenzen

Kreiere **DEINEN** individuellen Messebesuch
IMEX Frankfurt 2023 -
Du hast es selbst in der Hand!

Sei dabei: imex-frankfurt.com/jetzt-registrieren


FRANKFURT
23.-25. MAI 2023

KI meets Events | von Colja M. Dams

Überall wird von der neuen Ära künstlicher Intelligenz gesprochen. KI-Tools werden immer ausgereifter und intelligenter. ChatGPT ist als eine der bekanntesten KI-Innovation der letzten Jahre allen ein Begriff – doch was genau steckt hinter diesen wohlklingenden Buzzwords und wie geht dieser Innovationssprung mit unserem Anspruch einher, immer nachhaltiger zu agieren? Sind Nachhaltigkeit und künstliche Intelligenz kompatibel? Welche Herausforderungen und Möglichkeiten ergeben sich durch den Einsatz von KI im Hinblick auf Nachhaltigkeit? Und wie können Events von dieser Technologie profitieren um ein positives Markenerlebnis zu schaffen?



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

Nicht nur zukünftig, sondern auch schon heute, hat KI einen festen Bestand in unserem Alltag – ohne, dass es uns immer bewusst ist. Wir nutzen sie beispielsweise in Form von Sprachassistenten wie Alexa und Siri. Als eine der wichtigsten Technologien der Digitalisierung verbessert KI die Erkennung von Sprache, die Übersetzung von Texten oder navigiert uns vorausschauend durch den Verkehr. Es gibt zahlreiche Optimierungsmöglichkeiten, die auch auf andere Bereiche unserer Gesellschaft angewendet werden können, wie derzeit einer der Wichtigsten: Nachhaltigkeit. Eins ist sicher, KI wird auch vor der Eventplanung keinen Halt machen und kann zu völlig neuen Teilnehmendergebnissen und Möglichkeiten führen.

Doch bevor wir uns mit KI und Events beschäftigen werfen wir einen Blick auf die allgemeine Kompatibilität von KI und Nachhaltigkeit anhand der drei Dimensionen der Nachhaltigkeit – Ökologie, Ökonomie und Soziales – und übertragen dies anschließend auf den Eventbereich. Denn auch hier gibt es Anknüpfungspunkte, um Nachhaltigkeit und KI zu verbinden und

so einen positiven Einfluss auf die Umwelt, die Wirtschaft und die Gesellschaft zu erzielen.

→ ÖKOLOGIE

Das gesamte Portfolio der Fähigkeiten, die eine KI zu bieten hat, enthüllt das enorme Potenzial, den ökologischen Herausforderungen unserer Zeit zu begegnen: So kann KI analysieren, wie Kreislaufwirtschaft mittels einer Abfallsortierung optimiert werden kann oder auch, welche Baumarten für den Aufbau robuster Wälder gepflanzt werden sollten. KI unterstützt uns dabei, die Recyclingquoten etwa von Textilien, Kunststoffen oder Gewerbeabfällen zu erhöhen. Darüber hinaus kann KI aber auch zum direkten Naturschutz beitragen, indem sie beispielsweise Daten zur Häufigkeit und Verbreitung gefährdeter Tier- und Pflanzenarten auswertet und so Empfehlungen zu geeigneten Schutzmaßnahmen noch zielgerichteter gibt.

→ ÖKONOMIE

Genauso wie KI ökologische Potenziale erkennen und verbessern kann, gilt das selbe auch für ökonomische Potenziale: Unternehmen können mithilfe von KI ihre betriebliche Ressourceneffizienz steigern und dadurch ihre Kosten senken. Das kann zum Beispiel durch die vorausschauende Wartung von Maschinen (Predictive Maintenance), die Prozess- und Produktoptimierung oder einer optimierten Logistikplanung geschehen. Durch eine effizientere Verwendung von Material und Energie kann nicht nur die Umwelt geschont, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit gestärkt werden. Für die positiven Umweltwirkungen ist jedoch vorauszusetzen, dass die KI selbst energie- und ressourcenschonend ist, um die positiven Umweltwirkungen zu gewährleisten.

→ SOZIALES

Der Trend zur Nachhaltigkeit ist überall erkennbar – ob in Vereinen, Unternehmen, Initiativen, Verbänden oder als einzelne Individuen – überall wächst das Engagement für die Umwelt. Genauso wie die Verpflichtung zu mehr Toleranz und Diversität. Dabei kann die KI durch Datenanalysen helfen, diese Bestreben noch effektiver umzusetzen. Durch mehr und präzisere Daten trägt künstliche Intelligenz dazu bei, die Diversität und Individualisierung von Menschen und ihrer Umwelt besser verstehen zu können. KI ist in der Lage, Individuen in ihren Interessen und Bedürfnissen zu begegnen und sorgt somit für eine inklusivere und tolerantere Atmosphäre, in der Selbstentfaltung und Akzeptanz unterschiedlicher Lebensentwürfe möglich wird. Dieses Potenzial kann für ein vorausschauendes, gemeinwohlorientiertes und zielgerichtetes Handeln genutzt werden.

→ KI MEETS EVENTMANAGEMENT

All diese Potenziale finden auch in der Eventbranche Gebrauch und können zu nachhaltigeren Events und optimierter Individualisierung beitragen – von der Sprach- und Gesichtserkennung bis hin zu Datenanalysen.

Bereits in der Veranstaltungsplanung können KI-Systeme dabei helfen, die besten Orte für Veranstaltungen auszuwählen, indem sie Faktoren wie Verkehrsbedingungen, Umweltauswirkungen und Energieverbrauch berücksichtigen. KI-basierte Verkehrsmanagement-Systeme können den Verkehr und Besucherstrom während Veranstaltungen steuern und optimieren, indem sie die Verkehrsbedingungen in Echtzeit überwachen und so zu einem besseren Ressourcenmanagement beitragen.

Außerdem kann durch KI der Einsatz von Ressourcen wie Strom, Wasser und Papier minimiert werden. Der Bedarf wird in Echtzeit überwacht und automatisch angepasst. Um das Abfallmanagement während Veranstaltungen zu verbessern, können KI-Systeme Überwachungskameras nutzen, um das Abfallaufkommen zu erfassen und Muster zu identifizieren. Dadurch wird die Abfallentsorgung und Wiederverwendung optimiert. Alternativ kann die KI aber auch die Abfallbeseitigung automatisch steuern und sicherzustellen, dass Abfälle korrekt sortiert und recycelt werden.

Weitergehend kann künstliche Intelligenz auch im Personalmanagement auf Events zum Einsatz kommen. Sie kann das Personal effizienter verwalten, indem sie die Anzahl der benötigten Mitarbeiter*innen berechnet und das Personal entsprechend einteilt, um Überstunden und unnötige Reisen zu vermeiden oder auch, indem sie Aufgaben automatisch vergibt, um die Effizienz zu erhöhen und menschliche Fehler zu minimieren.

Neben den genannten Implikationen für Events steht aber auch hier die Customer Experience im Fokus. KI kann durch die Verarbeitung und intelligente Anwendung von Big Data die Personalisierung auf einem Event unterstützen. So werden Gäste individuell wahrgenommen und Verhaltensmuster getrackt. Mit intelligenten Services kann die KI die gesammelten Nutzerdaten auswerten und durch Algorithmen



das eigene Angebot auf die persönlichen Bedürfnisse der Gäste anpassen und während der Veranstaltung in Echtzeit optimieren.

→ KI & EVENTS SCHAFFEN EIN STARKES MARKENERLEBNIS

Event ist im Marketingmix die Maßnahme mit der höchsten Kontaktintensität und damit eine der wichtigsten Instrumente im Marketing, oder anders gesagt, Events sind der zuverlässigste und menschlichste Touchpoint. In Kombination mit KI wird es zum notwendigen Markenerlebnis von morgen mit dem Potenzial eines erfolgreicher, nachhaltiger Contentgebers für weitere Kommunikationsaktivitäten.

Künstliche Intelligenz bietet einige Potenziale für nachhaltiges Eventmanage-

ment und kann dazu beitragen, dass Veranstaltungen bedürfnisorientierter und nachhaltiger durchgeführt werden, indem sie Prozesse automatisiert, Ressourcen schont und somit auch zu einer Reduktion von Abfall, Energieverbrauch und CO₂-Emissionen beiträgt. Außerdem kann sie durch intelligente Datenanalyse die Personalisierung von Events, die Möglichkeiten, wie man Menschen miteinander verbindet (das Networking), verbessern, Sprachbarrieren beseitigen, Zufriedenheit und Engagement der Teilnehmenden analysieren und vieles mehr.

Es entsteht ein tieferes und intensiveres Event und Markenerlebnis, das Nähe schafft und die Bindung an das Unternehmen und die Marke oder auch die Kaufentscheidung positiv beeinflusst.

Marriott München – Wer rastet, der rostet

In den letzten Jahren hat sich das Marriott Hotel in München-Schwabing stets weiterentwickelt. Während vor einigen Jahren der Veranstaltungsbereich vollständig neu gestaltet wurde, folgte anschließend die umfassende Renovierung der Zimmer. Jetzt steht der nächste, auf den ersten Blick wohl auffälligste Schritt ins Haus: Bis zum Sommer wird der gesamte Lobby-Bereich des Hauses umgestaltet und orientiert sich dann am neuen Designkonzept der amerikanischen Hotelgruppe.



Die Lobby des Marriott München wird derzeit vollkommen neu gestaltet. Mehr Wohnzimmer als klassische Hotellobby und ein Ort der Begegnung erwartet Gäste zukünftig im Entree des Hauses.

Stay traditionally modern

Erst 2019 wurden alle 334 Zimmer und Suiten des Fünf-Sterne-Hauses vollständig und umfassend renoviert. Umgesetzt wurde das neue Design in Zusammenarbeit mit den renommierten Innenarchitekten von JOI Design aus Hamburg. Ziel war es, lokale und traditionelle Aspekte mit den Ansprüchen des modernen Gastes zu kombinieren. So wurde beispielsweise das typische Londengrün ein Fixpunkt im Design, das einen spannenden Kontrast zu den sonst in Weiß gehaltenen Elementen bietet und sich an verschiedenen Stellen wiederfindet, seien es die Gardinen, die Kissen auf der Chaiselongue oder der Kofferbock. Durch dieses Farbspiel ergibt sich ein sehr harmonisches und wohnliches Ambiente, das zum Entspannen und Wohlfühlen einlädt. Der flexible Schreibtisch, der sich in jedem Zimmer befindet, kann einerseits zum Arbeiten genutzt werden, andererseits am Abend zum Esstisch umfunktioniert werden. (ag)

Weg von der klassischen Lobby mit langem Rezeptions-Tresen und Bar-Bereich hin zum „Greatroom“, ein an die Anmutung eines Wohnzimmers angelehntes Konzept, das Gäste in einer wohnlicheren, gemütlicheren Atmosphäre empfangen soll.

Lokaler Bezug statt Einheitsbrei

Auch wenn das Designkonzept in den nächsten Jahren in allen Häusern der Gruppe ausgerollt wird und in den Grundideen gleich ist, wird gleichzeitig sehr viel Wert auf individuelle Gestaltung und lokalen Bezug gelegt. Daher soll die Lobby in München nicht nur der Eingang ins Hotel, sondern auch der Einstieg in die bayerische Kultur und Lebensart werden. Lokale Elemente wie die zahlreichen Biergärten, Einflüsse aus der Belle Epoque – für die Schwabing bekannt ist – und die royale Geschichte der bayerischen Landeshauptstadt im Gesamten dienten als Inspiration für das neue Design im Marriott. Generell soll der Greatroom zum Verweilen einladen und die Begegnung zwischen Gästen und Einheimischen fördern.

Meetings: Alles auf einer Ebene

Im ersten Stock des Hauses liegt auf fast 900 m² der äußerst flexible Konferenzbereich. Auch hier stand in puncto Design

die persönliche Begegnung im Fokus, sowohl während der Konferenz als auch außerhalb. Daher gibt es abseits der insgesamt zehn Veranstaltungsräume zahlreiche möblierte Ecken und Nischen, die als Rückzugspunkt außerhalb der Konferenz und damit für individuellere Gespräche dienen können.

Für die Konferenz oder das Meeting selbst gibt es insgesamt zehn Veranstaltungsräume. Der größte ist dabei klassisch der Ballsaal mit 441 m² und einer Maximalkapazität von 400 Personen. Der Ballsaal ist jedoch in vier kleinere Salons unterschiedlicher Größe, die über einen Korridor unabhängig voneinander erreichbar sind, unterteilbar. Die weiteren neun Studios erlauben Veranstaltungen zwischen zehn und 78 Personen, wobei die Zehn-Personen-Konstellation für einen klassischen Boardroom gilt. In allen anderen Räumen ist die Bestuhlungsvariante flexibel zu gestalten und den jeweiligen Bedürfnissen anpassbar.



Der Meetingbereich liegt vollständig auf einer Ebene und bietet vielfältige Möglichkeiten.

Abb.: Marriott Hotels

„Wenn wir jetzt handeln, können wir immer noch eine lebenswerte, nachhaltige Zukunft für alle sichern.“



Foto: PopTika/shutterstock.com

DER INTERGOVERNMENTAL PANEL on Climate Change (IPCC) - auch als "Weltklimarat" bezeichnet - ist eine Institution der Vereinten Nationen. Fachleute und Wissenschaftler*innen aus der ganzen Welt tragen den aktuellen Kenntnisstand zum Klimawandel zusammen.

Der IPCC forscht nicht selbst, sondern trägt das aktuelle Wissen aus allen relevanten Bereichen der Forschung zusammen und stellt Ursachen, Folgen sowie Risiken des Klimawandels dar. Er zeigt zudem Möglichkeiten auf, wie die Menschheit den Klimawandel mindern und wie sie sich daran anpassen kann.

Da die über 190 Mitgliedsländer des IPCC an der Begutachtung der Berichte beteiligt sind und ihrer Veröffentlichung zustimmen müssen, haben deren Aussagen international großes Gewicht. Die Glaubwürdigkeit des IPCC und das hohe Gewicht seiner Aussagen in der Klimapolitik sind maßgeblich auf die transparente Kooperation von Wissenschaft und Politik zurückzuführen, die sowohl Politikrelevanz als auch wissenschaftliche Unabhängigkeit der Berichte gewährleistet.

Der IPCC (Weltklimarat) erhielt 2007 den Friedensnobelpreis für seine Leistung, den Klimawandel in das Bewusstsein der Weltöffentlichkeit zu rücken.

Die Welt muss handeln - und zwar sofort

Das ist die Botschaft des sechsten Sachstandsberichts des Weltklimarats (IPCC), der im März 2023 veröffentlicht wurde. "Das Tempo und der Umfang der bisherigen Maßnahmen sowie die aktuellen Pläne sind unzureichend, um den Klimawandel zu bekämpfen", stellte der Weltklimarat fest.

Bereits jetzt hat sich die Erde um 1,1°C im Vergleich zur vorindustriellen Zeit erwärmt. Das führt zu immer häufigeren und intensiveren extremen Wetterereignissen, die zunehmend gefährliche Auswirkungen auf Natur und Menschen weltweit haben. Der Weltklimarat warnt: Jede weitere Erwärmung führt zu einer raschen Eskalation der Gefahren.

Aber der Weltklimarat macht auch Hoffnung: „Wenn wir jetzt handeln, können wir immer noch eine lebenswerte, nachhaltige Zukunft für alle sichern.“ - Hoesung Lee,

Vorsitzender des Weltklimarats. Dafür sei allerdings eine tiefgreifende, rasche und nachhaltige Verringerung der Treibhausgasemissionen in allen Sektoren notwendig. Eines ist aus Sicht des Weltklimarats klar: Die nächsten Jahre sind entscheidend.

Welche Chancen ergeben sich aus dem IPCC Abschlussbericht?

Die Experten weisen im IPCC Bericht auch auf die vielen Chancen hin, die der Klimaschutz bietet. Die Umsetzung wirksamer und gerechter Klimaschutzmaßnahmen wird nicht nur viele Schäden für Natur und Menschen vermindern, sondern viele weitere Vorteile bringen. Wenn sich die Luftqualität durch CO₂-freie Stromerzeugung verbessere, wirke sich das zum Beispiel auch positiv auf die Gesundheit der Menschen aus. Zudem wirkt sich Nachhaltiges Wirtschaften auch immer positiv auf Optimierung, Einsparpotentiale, Innovation und Gemeinwohl. Der VFL Bochum spart durch die Umstellung auf Nachhaltigkeit über 100.000 Euro pro Jahr, dabei ist die Um-

stellung noch nicht mal abgeschlossen z.B. beim Abfallmanagement. Das bedeutet: Vor dem Umstieg auf nachhaltiges Wirtschaften wurden jedes Jahr über 100.000 Euro einfach aus dem Fenster geworfen.

Und wie kann die MICE Branche Teil der Lösung werden?

Destinationen wie Costa Rica profitieren von einem nachhaltigen Tourismus. Vor dem Umstieg waren drei Viertel des Waldes abgeholzt. Die umwerfende Natur des Landes wurde beinahe komplett zerstört.

Heute sind rund 50 Prozent des Landes wieder von Wäldern bedeckt, Schutzzonen wurden für die Natur- und Arterhaltung eingerichtet, ganze Nationalparks wegen eines zu großen Touristenansturms geschlossen – um die Natur zu schützen. Nachhaltigkeit ist eine der obersten Devisen des Landes. Diese Philosophie hat sich in den Köpfen der Menschen verankert und wurde sogar zum Motto von Costa Rica: PURA VIDA! Das pure Leben. Oh-

ne eine intakte, sich im Gleichgewicht befindende Natur, ist dies nicht möglich. Deshalb setzt sich Costa Rica ein, um den größten Schatz des Landes zu beschützen: die Flora und Fauna.

In Monteverde befindet sich die Finca LIFE. LIFE steht für Low Impact For Earth. Hier wird der auf den Namen Café Monteverde gebrandete Kaffee hergestellt. Kaffee wird nur auf der Hälfte der Fläche angebaut. Die andere Hälfte dient, der Arterhaltung und dem Umweltschutz. Neben dem Naturschutz investiert Costa Rica sehr stark in die Bildung seiner Bevölkerung.

Neben Ökotourismus zahlt sich nachhaltiges Wirtschaften immer aus. Denn es gibt nichts Dringlicheres, Unumgänglicheres und Wirtschaftlicheres als eine klimaneutrale und nachhaltige Kreislaufwirtschaft. Das macht auch der IPCC Bericht sehr deutlich. Wer seine Firma jetzt nachhaltig ausrichtet, hat den Vorteil, dass der Markt auf einen zuläuft. Denn alle Firmen, Produkte und Services müssen laut

Klimaschutzgesetz klimaneutral werden. Das ist der größte und disruptivste Zukunftsmarkt ever! Darüber hinaus bietet Nachhaltigkeit großes Einsparpotential und Innovationskraft, weil zukünftige Produkte und Services nachhaltig gedacht werden und damit eine Risikoanalyse aufzeigt, welche Ressourcen ausreichend und unschädlich für die Natur und Gesellschaft verfügbar sind.

Race to Zero Emissions

Alle Städte und Kommunen müssen klimaneutral werden – laut Klimaschutzgesetz! Meiner Meinung nach wird aber der Wettbewerb das Tempo in den kommenden Jahren deutlich erhöhen. Städte und Convention Bureaus in Berlin, Stuttgart, Kassel, Hamburg, Düsseldorf, Wiesbaden und Karlsruhe haben das erkannt. In Berlin gibt es mit Sustainable Meeting eine starke Unterstützung für nachhaltige Veranstaltungen. Events mit Nachhaltigkeitsstrategie werden sogar finanziell unterstützt. Supplier werden dort kostenfrei auf nachhaltiges Wirtschaften getrimmt und zertifiziert. In Kassel wird ein 360 Grad Model aufgebaut, damit für Veranstalter*innen alles notwendige lokal und nachhaltig zur Verfügung steht. Liverpool wird nur solchen Konzerten und Festivals Genehmigungen erteilen, die sich verpflichten, die Treibhausgasemissionen um 50 % zu reduzieren, um die Klimaziele zu erreichen.

Meetings, Events und Incentives ohne schlechtes Gewissen

Die Akzeptanz von Umweltsauereien und nicht nachhaltigem Wirtschaften wird immer schneller sinken. Fridays for Future, die Letzte Generation, Scientists for Future, der Deutsche Nachhaltigkeitspreis sowie der Weltklimarat und viele weitere Organisationen sorgen leisten gute Arbeit, so dass ein immer größeres Bewusstsein für die Dringlichkeit entsteht.

Ein Stadtfest mit Einwegplastik und überquillenden Mülleimern wird zukünftig undenkbar. Je mehr nachhaltige Auswahl entsteht bei Stadtfesten, Festivals, Events, Event Agenturen, Suppliern, Messen, etc entstehen, desto mehr geraten Events ohne Nachhaltigkeitskonzept unter Druck. Es gibt Veranstaltungen bei denen man ohne die Nachhaltigkeitskriterien zu erfüllen gar nicht mehr teilnehmen kann als Aussteller. Auch der AUMA – Verband der Messeorganisationen hat seit diesem Jahr bei Ausschreibungen immer



Über den Autor Stefan Lohmann

Stefan Lohmann ist ein Hamburger Talent Buyer und Artist Relations Manager. Zu seinem Leistungsportfolio gehören Live-Entertainment Konzepte für Konzerte, Festivals, Firmenevents, TV-Formate, Sportevents und Open-Air-Veranstaltungen. Seine Leidenschaft ist die kreative Zusammenarbeit mit den Künstler*innen und Veranstalter*innen, um emotionale und unvergessliche Erlebnisse zu schaffen und, wenn es erforderlich

ist, das Unmögliche möglich zu machen. Als Experte für Nachhaltigkeit in der Eventbranche schreibt er regelmäßig Artikel in den wichtigsten Fachzeitschriften sowie Buchbeiträge und ist aktiv in verschiedenen Netzwerken und Verbänden. Sein Ziel ist die Transformation der gesamten Veranstaltungsbranche hin zu einer klimaneutralen und nachhaltigen Veranstaltungswirtschaft. Seit vielen Jahren betreut Stefan Lohmann den Deutschen Nachhaltigkeitspreis als Artist Relations Manager und ist offizieller Partner. Künstler beim Deutschen Nachhaltigkeitspreis: Billie Eilish, Joss Stone, Elton John, Annie Lennox, Jamie Cullum, Westernhagen, Die Fantastischen 4, Jan Delay, Joy Denalane, Milky Chance, Jack Johnson, Rea Garvey, ...

Stefan Lohmann ist Co-Gründer des nachhaltig agierenden Berlin Show Orchestra, das zusammen mit dem erfolgreichsten deutschen Elektro-Künstler Schiller, Platz 1 der Albumcharts erreichte, viele internationale Stars begleitet und Live-Entertainment-Konzepte für unterschiedlichste Veranstaltungsformate umsetzt. Zudem ist er Gründer von Sustainable Event Solutions, einer Online-Plattform und Netzwerk, das die nachhaltigen Lösungen und Lieferant*innen der Eventbranche sichtbar macht. Stefan Lohmann berät und unterstützt Veranstalter*innen, Supplier und Künstler*innen, um klimaneutrale und nachhaltige Veranstaltungen umzusetzen. Foto: MEET Germany

Nachhaltigkeitskriterien, die erfüllt werden müssen. Bis 2025 müssen alle Mitglieder Ökostrom anbieten. Die großen Event Agenturen berichten mir davon, dass es kaum noch Pitches und Ausschreibungen gibt ohne Nachhaltigkeitskriterien oder der Pflicht Zertifikate vorzuweisen.

Fazit für die MICE Branche:

Die Lösungen sind bereits vorhanden und eine Umstellung auf nachhaltiges Wirtschaften ist unumgänglich geworden und ein schnelles Handeln ist dringend geboten, wenn wir die Welt für den Menschen als lebenswert erhalten wollen. Das geht klar aus dem IPCC Bericht hervor. Und das sollte uns Warnung genug sein. Denn Nichtstun kostet uns die Welt.

Egal welche Zusatzkosten auf uns zukommt, um das schlimmste zu verhindern – alles ist günstiger als die Zunahme an extremen Wetterereignissen, die jetzt schon für hohe Kosten sorgen und Menschenleben kosten.

Unsere Chance - Events mit positivem Impact

Wir können froh sein, dass wir als MICE und Event Branche die Möglichkeit haben – nicht nur den negativen Impact von Ver-

anstaltungen und Services zu verkleinern – wir können Veranstaltungen ausrichten die einen positiven Impact auf Natur, Gesellschaft und Wirtschaft haben.

Wir können Nachhaltigkeit mit all den Lösungen für Millionen von Menschen erlebbar machen. Wir können Misstrauen und Gegenargumente abbauen, indem wir zeigen wie es funktioniert. Wir erreichen als Branche Millionen von Menschen jedes Jahr durch Stadtfeste, Sportevents, Festivals, Firmenevents, Messen, Konferenzen etc. Wir können als Branche einen positiven Kipppunkt erzeugen, indem wir den Menschen zeigen, dass klimaneutrale und nachhaltige Kreislaufwirtschaft keine Utopie ist. Im Gegenteil – es ist sogar manchmal sehr einfach. Es reicht sich an die Gesetze zu halten und diese zu kontrollieren: Gewerbeabfallverordnung, Kreislaufwirtschaftsgesetz, Klimaschutzgesetz

Was kann die MICE Wirtschaft konkret tun?

Die MICE Wirtschaft sollte Druck auf die Regierung ausüben und den notwendigen Schutz der Natur, Gesellschaft und Wirtschaft einfordern. Denn das ist die Grundlagen für das Wirtschaften gene-

rell. There is no Business on a dead planet. Zudem sollte der Druck erhöht werden auf das Verkehrsministerium. Denn dort wurden die Klimaziele mehrfach nicht erreicht und die MICE Branche ist stark Abhängig von schnellen nachhaltigen Lösungen im Bereich Flüge und Logistik.

Im Prinzip ist es ganz einfach. Die Natur reagiert extrem auf CO₂. Wenn wir es nicht schaffen CO₂ schnell zu reduzieren, dann bedeutet das, dass Regierungen irgendwann CO₂ komplett verbieten müssen, um die Menschheit zu schützen. Und dann bleiben alle Flugzeuge auf dem Boden. Deshalb sind CO₂ freie Lösungen so wichtig für die unsere Branche. Deshalb sollte die Branche den Druck weitergeben an diejenigen die dafür die Verantwortung tragen. Mit der Umstellung auf ein nachhaltiges Wirtschaften und nachhaltige Events, stellt sich die Branche zukunftsfähig auf und sorgt durch das Erleben von Nachhaltigkeit für eine große Akzeptanz und Selbstverständlichkeit in der Bevölkerung. Damit stellt sich die Veranstaltungswirtschaft ihrer Verantwortung und sichert sich das eigene Bestehen. Diese Umstellung sorgt für ein positives Image und hohe Attraktivität auch bei den Fachkräften, die wir so dringend brauchen.

Anzeige

HOFBURG
VIENNA

WHERE HISTORY
IS MADE.

INTERNATIONAL
CONGRESS AND
EVENT CENTRE

EUROPE'S
FIRST ADDRESS

www.hofburg.com

Inmitten der Berge | von Anna-Lena Gras

Eingebettet in das Tennengebirge im Salzburger Land präsentiert sich das Travel Charme Bergresort Werfenweng als hervorragende Option für MICE-Planer. Im Sommer wie im Winter ergeben sich zahlreiche Möglichkeiten für Events, Teambuildings, Konferenzen und Incentives. Und das alles aus einer Hand.



DAS VIER-STERNE-SUPERIOR-HAUS, welches vollständig mit einer Holzfassade verkleidet wurde und sich dadurch sehr harmonisch in die Umgebung einfügt, liegt am Rand des charmanten Bergdorfes Werfenweng und empfängt seine Gäste in insgesamt 166 Zimmern, Suiten und Apartments. Während sich die Zimmer auf die drei Hotelflügel verteilen, befinden sich die Apartments in drei separaten Gebäuden – beziehungsweise Residenzen –, die jedoch durch überdachte Wege mit dem Haupthaus verbunden sind. Durch diese Architektur und Konzeption können die verschiedenen Bereiche ganz unproblematisch entweder gemeinsam oder einzeln bespielt werden. So ergibt sich auch für kleinere Gruppen die Möglichkeit der Exklusivität, wobei ein Buy-out des Hotels bei frühzeitiger Planung ebenfalls möglich ist. Dann können selbstverständlich auch die öffentlichen Bereiche wie die Lobby miteinbezogen werden. Und gerade die Lobby sollten Planer dann

auf dem Zettel haben: Die großzügig gestaltete Empfangshalle verfügt über eine durchgängige Glasfront und lässt sehr viel Tageslicht in den Raum. Direkt angeschlossen ist die auf die gesamte Länge des Hotels gezogene Holzterrasse, die in den wärmeren Monaten des Jahres zum Verweilen einlädt.

Insgesamt ergibt die Kombination aus Holzfassade und -terrasse ein stimmiges natürliches Bild, das mit dem Ausblick auf die Bergwelt des Salzburger Landes immer den passenden Rahmen für Events im Freien gibt. Sollte die große Terrasse nicht ausreichen, kann zusätzlich die Grünfläche unterhalb bespielt werden.

Eigenes Konferenzzentrum direkt nebenan

Richtig interessant für Planer wird es allerdings aufgrund des Tagungszentrums, das sich auf der anderen Straßenseite befindet. Ähnlich wie bei Hotelgebäude wurde auch hier Wert auf natürliche



Foto: 360 Grad Team



Materialien gelegt. So ist das gesamte Gebäude ebenfalls mit Holz verkleidet und verfügt außerdem über bodentiefe Fenster. Die riesigen Fensterfronten an allen Seiten wurden bewusst gewählt, um die umliegende Natur miteinzubeziehen.

Das Innere des Tagungszentrums ist klar strukturiert und bietet ein über 160 m² großes Foyer, das unmittelbar an den Konferenzbereich anschließt. Dieser erstreckt sich auf insgesamt 260 m² und ist entweder im Gesamten oder in Teilen beispielbar. Mittels flexibler Wände lässt sich der Saal in drei kleinere Einheiten unterteilen. Dadurch ergeben sich Maximalkapazitäten zwischen 60 und 100 Personen. Zusätzlich zu den Räumlichkeiten dort gibt es drei weitere Möglichkeiten im Hotel selbst. Neben einem klassischen Tagungsraum mit 63 m² und einer Maximalkapazität von 40 Personen finden sich mit der Media Lounge (63 m²) und dem Raum Alpenzeit (128 m²) zwei weitere Optionen, die sich insbesondere als Breakout-Rooms oder für vertiefende Gruppenarbeiten eignen. Wer nicht unbedingt an feste Strukturen gebunden ist oder sein will und einmal ein „offeneres“ Set-up sucht, kann sämtliche Garten- und Rasenflächen des Hauses nutzen. Ob ganz leger mit Sitzsäcken und Flipchart oder als Konferenz-Set-up im Freien – das liegt ganz beim Veranstalter.

Ein ehemaliges Bauernhaus als Location

Das sogenannte Strobl-Haus befindet

sich ebenfalls auf dem Gelände und ist einerseits eines der beiden Restaurants des Bergresorts, andererseits eine äußerst urige Event-Location. Das über 450 Jahre alte Bauernhaus wurde an anderer Stelle ab- und dann im Garten des Hotels originalgetreu wieder aufgebaut. Heute wird das zweistöckige Gebäude nicht mehr bewohnt, sondern dient als fester Bestandteil im MICE-Portfolio des Resorts. Bis zu 80 Gäste können an den Holztischen im Inneren Platz nehmen. Weitere Möglichkeiten bietet der Biergarten in den wärmeren Monaten. Jeweils am Montag und am Dienstag ist das Strobl Haus geschlossen und kann an diesen beiden Tagen immer für einen urigen Hüttenabend bespielt werden. Eine exklusive Nutzung an den anderen Wochentagen ist jedoch mit entsprechender vorheriger Planung ebenfalls möglich.

Die zweite kulinarische Anlaufstelle in Werfenweng ist das Hotelrestaurant Feinspitz. Gemütlicher, moderner Alpencharme trifft die Stilrichtung wohl am besten. Dunkler Holzboden, Sitzmöbel mit grünen Polstern und bodentiefe Fenster beziehungsweise Türen, die den Ausgang auf die Terrasse ermöglichen, bestimmen das Bild. Je nach Auslastung des Hotels wird im Restaurant entweder ein Menü serviert oder mittels Buffets verköstigt. Ein Pluspunkt ist die Möglichkeit, einzelne Bereiche leicht abzutrennen. So können Gruppen egal in welcher Größe ungestört dinieren.

Abgerundet wird das kulinarische Angebot im Travel Charme mit der Bar 902 & Vinothek. Als klassische Hotelbar konzipiert gibt es hier eine kleine Auswahl an Speisen, die an die Karte des Strobl Hauses angelehnt ist, sowie zahlreiche Drinks. Durch den nahtlosen Übergang in die Hotellobby gibt es vielfältige Sitzmöglichkeiten, auch abseits des Tresens.

Modern, gemütlich und mit lokalem Bezug

So präsentieren sich die insgesamt 120 Zimmer und Suiten des Travel Charme. Für das Design zeichnet der italienische Designer Lorenzo Bellini verantwortlich. Er verband heimische Hölzer und Materialien mit seinen typischen, farbenfrohen Mustern auf Sesseln und Decken. Dadurch ergibt sich ein gemütliches Raumgefühl. Ergänzt um die großzügigen Balkone, die den Blick in die umliegende Bergwelt freigeben, lässt es sich hier sehr gut abschalten und entspannen. Ein wichtiger Faktor, auch während einer Veranstaltung oder Konferenz.

Zudem erhöht die Größe der Zimmer den Wohlfühlfaktor. Je nach Kategorie können Gäste zwischen 29 und 52 m² beziehen. Noch etwas großzügiger bemessen sind die 46 Apartments, die erst bei einer Größe von 57 m² beginnen und sich auf drei verschiedene Apartment-Typen verteilen. Bis zu acht Personen sind bei maximaler Belegung in den größten Einheiten möglich. Fotos: Arne Nagel

Neue Formate bei der IMEX Frankfurt | Interview mit Tanja Knecht

Auch in diesem Jahr ist die IMEX wieder einer der wichtigsten Termine im Kalender der Branche. Immer noch in das Bedürfnis nach Live-Erlebnissen groß. Dennoch müssen sich Veranstaltungen entwickeln. Auch die IMEX. Daher wurde mit der MICE Impact Academy ein neues Format geschaffen, dass sich mit den aktuellen Trends, Herausforderungen und Chancen im Detail befasst. Worum es genau geht und was geplant ist erklärte uns Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX und Gründerin der MICE Impact Academy. Zusätzlich sprachen wir mit Andreas Reiter, dem Keynote-Speaker der ersten MICE Impact Academy.

Ihr habt ja mit der MICE Impact Academy ein ganz neues Format zur IMEX Frankfurt 2023 angekündigt. Kannst Du das etwas genauer erklären und inhaltlich vorstellen?

Mit der Entwicklung unserer MICE Impact Academy tragen wir den aktuellen Herausforderungen aber auch Chancen Rechnung, die wir für unsere Branche sehen. Veranstaltungen werden – und müssen – sich inhaltlich entwickeln hin zu mehr Qualität und Tiefe, Nachhaltigkeit und auch Menschlichkeit. Gleichzeitig müssen wir über den Tellerrand schauen und uns mit anderen Branchen, Akteuren und dem Non Profit Bereich verbinden, um ganzheitliche Ideen zu entwickeln und Lösungen zu finden. Und: es darf – und soll! – Spaß machen, kreativ sein und Lust auf „Mehr“ machen!

Aus diesem Grundgedanken heraus haben wir ein Weiterbildungs- und Netzwerkformat entwickelt, welches sich speziell an den Bedürfnissen der operativen Veranstaltungsplanung orientiert. Dabei liegt der Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit in allen Facetten unter dem Motto „People, Planet und Purpose“ und beleuchtet neben der ökologischen Komponente vor allem auch die Bereiche Social und People Impact. Gerade diese Themen sind speziell wesentlich vor dem Hintergrund der massiven Herausforderungen vor denen wir stehen: Das Geschäft ist zurück, aber nun fehlen



die Menschen. Wir sind schon mitten drin im Fachkräftemangel, gepaart mit neuen Anforderungen der nachrückenden Gene-

rationen. Wandel und Transformation tut Not – gerade jetzt und das schnell! Hier wollen wir Plattform für Austausch und Dialog sein.

Kannst Du mir dazu noch ein paar Hintergründe nennen – warum gerade dieses Format und diese Schwerpunkte?

Durch die Pandemie hat sich unsere Branche extrem verändert und das in vielerlei Hinsicht. Pandemiebedingt ist die Digitalisierung so richtig in unserer Branche angekommen. Durch die Rahmenbedingungen, sich nicht mehr persönlich treffen zu können lief dies um ein Vielfaches schneller ab – ich schätze, wir haben hier eine Entwicklung gesehen, die ansonsten ca. 10 Jahre gebraucht hätte. Hier bieten sich nun gerade für Informationsvermittlung und die Vermittlung von Sachthemen perfekte



Tanja Knecht, Brand Ambassador IMEX und Gründerin der MICE Impact Academy. Foto: Peer Kolberg

neue und einfache Möglichkeiten durch die neuen Technologien an, sich virtuell zu treffen. Viele Meetings wie zum Beispiel eine Hauptversammlung können mittlerweile wunderbar digital abgebildet werden, wenn wir uns persönlich treffen muss das ein wirklich gutes Konzept haben und einen Mehrwert und damit Impact liefern.

Wir haben aber eben auch gesehen, dass die persönliche Begegnung nicht zu ersetzen ist.

Gleichzeitig sehen wir, dass diese persönlichen Verbindungen tiefer gehen müssen – wir Menschen sind soziale Wesen und Anbindung ist eines unserer Grundbedürfnisse. Wie wichtig es ist, gerade dieses Grundbedürfnis nach Zusammengehörigkeit zu befriedigen zeigen die vielen psychischen Probleme – beispielsweise Vereinsamung und Ängste - die die Lock Downs mit sich brachten.

Gleichzeitig können – und müssen! - unsere Begegnungen einen Impact liefern. Einerseits kann dieser Impact nach innen gerichtet sein – also der persönlichen Weiterentwicklung des Teilnehmenden dienen, sei es durch persönliche Entwicklung oder berufliche Weiterbildung, hier werden die Übergänge aus meiner Sicht zunehmend fließender. Und gerade das Thema Sinnstiftung wird immer wichtiger: Wie kann eine Veranstaltung es leisten, mir als Teilnehmer ganz persönlich Purpose

zu liefern und auf meine Werte einzahlen? Und andererseits müssen Veranstaltungen gemäß des Gemeinwohl-Ansatzes einen positiven Impact im Außen hinterlassen. Das kann direkt in der Destination, in der die Veranstaltung stattfindet geschehen als „Giving Back Projekt“ zum Beispiel oder indem wir Menschen verbinden, gemeinsam in die Gestaltung zu kommen und neue Ideen, Projekte und Initiativen, die gemeinwohlorientiert sind und Profit mit Non Profit verbinden, zu entwickeln. Insgesamt müssen wir also dafür sorgen, dass unsere Begegnungen – Incentives, Events, Tagungen, Konferenzen – allesamt auf die SDGs einzahlen.

Dazu wollen wir holistisch in unserer Impact Academy vernetzen, verbinden und weiterbilden. Es ist unser Anliegen, einen Stakeholder-Dialog zu entwickeln – jenseits von Sales-Pitches und Speed Datings. Wir wollen die Supplier- mit der Anbieterseite über inhaltliche Tiefe verbinden, und so gemeinsam Mehrwerte gestalten. Damit wollen wir einen kleinen Anteil zu dieser wichtigen Transformation leisten.

Wir konkret wollt Ihr dies tun? Was ist geplant?

Die MICE Impact Academy besteht aus mehreren zielgruppenspezifischen Elementen: Am Montag, den 22. Mai findet erstmalig die MICE Impact Hosted Buyer Academy in der memox.world Taunusan-

lage statt - ein kreatives Networking- und Lernformat, welches tiefgründige Workshops zu den Themen SDGs (Sustainable Development Goals), Sinnstiftung, und Kreislaufwirtschaft mit konkreten und inspirierenden Ideen für die nachhaltige Eventplanung kombiniert. Dazu laden wir gezielt Hosted Buyer, also Veranstaltungsplaner:innen ein. Wir lassen dabei auch Social Entrepreneurs zu Wort kommen und blicken „beyond MICE“. Das Format eröffnet zudem den Dialog der Buyer- mit der Supplierseite durch tieferegehende Diskussionen - jenseits von Speed-Dating und Sales-Pitches - und fördert so die gemeinsame Entwicklung und Implementierung möglicher Konzepte, Strategien und Ideen. Ausgewählte Destinationen und Supplier präsentieren ihre inspirierenden Impact Stories.

Die MICE Impact Lounge feiert am Montag abend, gemeinsam mit ausgewählten Hosted Buyers und Partnern, den Start in die IMEX-Woche: eine „Green-Glam“ Abendveranstaltung im neuen Scandic Frankfurt Hafencity Hotel mit einer Reise durch die internationale MICE-Welt.

Auf der IMEX selbst am Dienstag und Mittwoch wird es zwei inspirierende deutschsprachige MICE Impact Academy Panels und eine Keynote (in Englischer Sprache) geben. (ag)

MICE IMPACT ACADEMY auf der IMEX, am 23. und 24. Mai 2023

Dienstag, 23. Mai 2023 – das “Impact Creators Panel”, 10-11.15Uhr, Inspiration Hub, Room Canyon Hall 9.

Hier diskutieren Nachhaltigkeitsbeauftragte, Berater und Social Start-ups darüber, wo unsere Branche aktuell steht, wo die wesentlichen Herausforderungen liegen und wie wir uns gemeinsam für unsere gemeinsamen höheren Ziele einsetzen können.

Dienstag, 23. Mai 2023 – englischsprachige MICE Impact Academy Keynote, 11.30-12.15Uhr Inspiration Hub, Room Canyon Hall 9

„Building a better world - how to create true impact as an industry“ die die Transformation zu unserem neuen Miteinander auf dem Weg in eine nachhaltige, gemeinschaftliche Zukunft fokussiert.

Mittwoch, 24. Mai 2023 – das “Impact Destinations Panel”, 10-11Uhr, Inspiration Hub, Room Canyon Hall 9.

Destinationen und Convention Bureaus berichten über ihre Impact-Strategien und über die Entwicklung ihres eigenen, authentischen Weges zur nachhaltigen Angebots-gestaltung. Dabei werden u.a. Themen wie Stakeholder-Management und Zertifikate besprochen.

MICE Impact Academy Keynote-Speaker Andreas Reiter über die Klimakrise, „true Impact“ und die Zukunft | Interview mit Andreas Reiter

Andreas, Du hältst bei der neuen MICE Impact Academy auf der IMEX am 23. Mai 2023 die Keynote „Building a better world – how to create true impact as an industry“. Warum liegt Dir dieses Thema so am Herzen?

Ich habe mich sehr über diese Anfrage gefreut, denn ich glaube, es ist essentiell, trotz aller aktueller Herausforderungen positiv nach vorne zu blicken. Gerade in Zeiten der Krise ist es wichtig, in die Gestaltung zu kommen und das positiv zu verändern, was man verändern kann. Die Business Events Branche hat hier noch – wie viele andere Branchen auch – einen Weg vor sich. Alle Branchenakteure sollten sich deshalb stets fragen, wie sie positive Veränderungen – Impact – gestalten können.

Und diese Impact-Gestaltung ist auch Teil des Werte-Sets der nachrückenden Generation. Gerade jetzt, inmitten des Fachkräftemangels, ist es deshalb so wichtig, diese Impact-Philosophie als neuen Status-Quo, jenseits einer Modeerscheinung zu verstehen. Sie treibt immer mehr - vor allem, aber nicht nur - junge Menschen und Unternehmen an, bringt Start-ups und kreative Geschäftsideen hervor und schafft eine Balance zwischen People, Planet und Profit. Insofern sehe ich darin auch eine Chance!

Du sprichst von Gestaltung – inwieweit können wir alle als Ausrichter und auch als Teilnehmer von Events Impact kreieren und damit unseren Teil beitragen?

Wie bei so vielem geht es zunächst um die Awareness – um das Verständnis, dass man selbst etwas beitragen kann. Für mich als Teilnehmer bedeutet dies, dass ich aktiv entscheide und gestalte, wie ich zur Veranstaltung anreise, was ich dort esse etc.

Als Veranstalter sollte ich meine Wertschöpfungskette inklusive meiner Lieferantenbeziehungen an jeder Wertschöpfungsstufe betrachten und mein Ökosystem analysieren. Hier liegt eine Menge an Verbesserungspotential zugunsten mehr Nachhaltigkeit. Das umfasst die Auswahl aller externen Leistungsträger aber auch interner Partner und Wertschöpfungsstufen.

Inhaltlich kann ich meine Veranstaltungen so ausrichten, dass Impact gene-

riert wird und zwar einerseits am Standort wie auch bei den Teilnehmern auf persönlicher Ebene.

In Deiner Keynote auf der IMEX wirst Du über „true Impact“ sprechen – wie definierst Du das?

Hier erscheint mir insbesondere die Ernsthaftigkeit dahinter als wesentlich. Es macht einen großen Unterschied, ob ich Impact als Teil meines Geschäftszwecks definiere und damit systemverändernd bin und damit tatsächlich nachhaltig oder „nur“ kosmetisch agiere. Bei letzterem sind die Grenzen zum Green oder Blue Washing fließend. Das ist für mich dann entsprechend kein true Impact.

Wir sollten uns also stets fragen „verfolge ich einen Marketingzweck oder meine ich es ernst?“. Hier Aufklärung zu leisten ist für die künftige nachhaltige Entwicklung systemrelevant.

Aktuell haben wir einen Krieg in Europa, stehen inmitten einer fortschreitenden Inflation und die Klimakrise scheint etwas in den Hintergrund gerückt zu sein. Wie schätzt Du dies ein?

Aufgrund der aktuellen Geschehnisse und Entwicklungen erscheint es tatsächlich so, als ob die Klimadiskussion an Brisanz verloren hat. Aus meiner Sicht ist sie jedoch nur aus dem Blickfeld geraten aufgrund anderer Prioritäten und medialer Schwerpunkte. Aktuell ergibt sich sogar eine Gegenbewegung, wie man an der aktuellen Energiepolitik sieht.

Aber schon mittelfristig müssen wir das große Ziel verfolgen, die gesamte Wirtschaft zirkulär und dadurch krisenfest zu gestalten.

Darin liegen für mich auch große Chancen, denn es entstehen dadurch neue Formen der Wertschöpfung und neue Geschäftsfelder und damit sichern wir unseren Wohlstand auch künftig ab.

Du bist Zukunftsforscher – Welche großen Zukunftsthemen und -herausforderungen siehst Du aktuell für unsere globale Business Events Branche?

Hier stehen für mich insbesondere die zwei großen „D’s“ im Fokus: Die digitale Transformation und die Dekarbonisierung. In beiden Themenbereichen liegt noch ein spannender – und weiter – Weg vor uns.

Bei der Digitalisierung werden wir die Integration der einzelnen Entwicklungen wie der Augmented Reality, der KI etc. sehen im Sinne einer „seamless Journey“. Das große Ziel der Dekarbonisierung sind komplett regenerative Veranstaltungen.

Und im nächsten Schritt geht es dann an die Intergration physischer und digitaler Touchpoints im Sinne einer inspirierenden User Experience. (tk)



Andreas Reiter

Der Futurologist Andreas Reiter gründete 1996 das ZTB Zukunftsbüro in Wien, das Unternehmen, Kommunen, Destinationen und Öffentliche Institutionen im deutschsprachigen Raum bei strategischen Zukunftsfragen, in ihrer Transformation und bei ihrer Positionierung berät.

Andreas Reiter ist Key Note-Speaker und Referent bei internationalen Kongressen und Tagungen sowie Lehrbeauftragter für Trend-Management an der Donau-Universität Krems und am MCI in Innsbruck. Darüber hinaus ist er Mitglied von Fachkommissionen, z.B. des Ministeriums für Heimat, Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen.

Foto: Oliver Wolf



GOBIERNO DE COLOMBIA

COLOMBIA

Coffee Cultural Landscape, **WESTERN COLOMBIAN ANDES**

CHARMING BUSINESSES INTO SUCCESS, ONE EXPERIENCE AT A TIME.



WANT TO LEARN ALL ABOUT COLOMBIA'S STUNNING DIVERSITY, RENOWNED HOSPITALITY, VERSATILE VENUES, AND ENDLESS EXPERIENCES?

Join our famtrip. It's the first step to holding your next event or incentive trip in Colombia.

 3 - 10 DE DECEMBER

Sign up by emailing micetrophy@micenow.net



VISIT COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTS TOURISM INVESTMENT COUNTRY BRAND

„Es gab eine Zeit, da war es untypisch, aber die ist lange vorbei.“

Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Frau Dr. Viktoria Veider-Walser, Geschäftsführerin Kitzbühel Tourismus .



Foto: Kitzbühel Tourismus

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

Mein Weg zu Kitzbühel Tourismus führte über mehrere Studiengänge und eine Reihe von Auslandsaufenthalten von Tirol in die Welt und wieder zurück. Studiert habe ich International Business an der Wirtschaftsuniversität Wien und der NHH in Bergen, Strategic Management sowie Gesundheits- und Leitungssport an der LFU Innsbruck und habe meinen akademischen Lehrgang mit einem PhD Studium im Management abgeschlossen. Meine kumulative Dissertation – Innovationsverhalten von Familienbetrieben

– wurde unter anderem mit dem Award of Excellence vom Bundesministerium ausgezeichnet. Besonders begeistert hat mich in dieser Zeit die Forschung, der ich auch heute noch sehr verbunden bin. Geographisch hat es mich von Innsbruck aus nach Wien, Norwegen, Frankreich und Kanada schlussendlich wieder nach Hause verschlagen. Nach zwei Jahren als Habilitandin am Institut für strategisches Management in Innsbruck wurde ich 2016 als Marktforscherin nach Kitzbühel gerufen. Nach 10 Monaten wurde ich in die Geschäftsführung geholt und besetze diese Stelle seitdem. In dieser Position beschäftige ich mich mit strate-

gischer DMO Entwicklung, co-Kreation im touristischen Kontext, professioneller Kommunikationsarbeit und wie man im „Grenzland zwischen Politik und Wirtschaft“ einen echten Mehrwert liefern kann. Das Thema Krisenmanagement wurde gezwungenermaßen ebenfalls ein wichtiger Teil meiner Arbeit, welches uns auch weiterhin beschäftigen wird.

Was macht die MICE-Branche für Sie besonders spannend?

Gleichgesinnte treffen, zusammen Zeit verbringen und in den gemeinsamen Dialog treten, dafür ist Kitzbühel seit

jeher bekannt. Wir waren und sind ein Ort der Begegnungen und des persönlichen Austauschs - sowohl im Privaten als auch im Beruflichen. Aus diesem Grund widmen wir dem Thema - wir nennen es „Inspiring Networks“ - ein eigenes Erfolgsmuster in unserem strategischen Zukunftsbild. Unsere Aufgabe sehe ich dabei, Netzwerke gezielt zu pflegen und auszubauen. Wir unterstützen aktive Begegnungen und positionieren uns als der ideale Ort für private und berufliche Zusammenkünfte. Unser Arbeitsleben hat sich seit der Pandemie mehr oder weniger transformiert - denken Sie an die unterschiedlichen Arbeitsmodelle, die plötzlich Selbstverständlichkeit sind. Gleichzeitig merken wir auch, dass das MICE-Segment im Wandel befindlich ist. Diesen Wandel mitbegleiten zu dürfen und gleichzeitig die Erfolgsfaktoren der Zukunft in die Destinationsstrategie einfließen zu lassen, ist sowohl Herausforderung als auch Chance.

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

Eine Führungsposition zu bekleiden, erfordert grundsätzlich viel Einsatz und ist am Ende des Tages für mich eine Kombination aus harter Arbeit und einem Funken Glück. Die traditionellen Rollenbilder, die teilweise noch in vielen Köpfen herumschwirren, machen es oft nicht einfacher für Frauen, solche Positionen überhaupt zu bekleiden. Da ist auch der Tourismus keine Ausnahme, auch wenn viele Betriebe von weiblichen Leadern geprägt sind. Natürlich gilt es am Ende des Tages zu performen, egal ob Mann oder Frau. Mein Wunsch wäre nur, dass der Zugang zu Führungspositionen nicht aufgrund des Geschlechts erschwert wird. Das sehe ich besonders jetzt als berufstätige Mutter und habe das Glück, in Kitzbühel Akzeptanz für Lebensmodelle abseits des Mainstreams gefunden zu haben.

Doch wenn man ein Ziel vor Augen hat, wird einen harte Arbeit nicht abschrecken.

Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

Ich würde lügen, wenn dem nicht so wäre. Am Ende des Tages geht es hoffentlich darum, einen Mehrwert zu liefern und darauf konzentriere ich mich. Kann es sein, dass man als Frau manchmal mehr leisten muss, um diverse Vorurteile aus dem Weg zu räumen? Durchaus. Doch wenn man ein Ziel vor Augen hat, wird einen harte Arbeit nicht abschrecken. Somit sehe ich manches Vorurteil als Ansporn, das Gegenteil zu beweisen. Und bei manchem hartgesottenen Dinosaurier (und hier spreche ich beide Geschlechterteile an), schafft die Zeit

Abhilfe, weil sich die Dinge einfach ändern und Usus werden. Je mehr Frauen in Führungspositionen einen guten Job machen, desto weniger wird man darüber sprechen müssen. Es wird Teil unserer Kultur und gelernt sein. Inzwischen versuche ich, meinen bescheidenen Beitrag für diese Entwicklung zu leisten.

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

Ich versuche meine Arbeit werteorientiert auszurichten, so auch meinen Führungsstil. Gerade eben haben wir im Team unsere drei Grundsätze definiert: Selbstverantwortung, Qualität in unserem Tun und zeitnahe Konfrontation der Themen, die nicht funktionieren. Ganz im Sinne - hart in der Sache, fair zur Person. Bei einer Premiummarke wie Kitzbühel es ist, muss auch unsere Einstellung einen kompromisslosen Fokus auf Qualität haben und das versuchen wir zu leben. Eine klare Kommunikation, ein gemeinsames Verständnis der Ziele, das Schaffen von Klarheit und Verbindlichkeit, ein offenes Ohr für jede/n, die Demonstration von Solidarität und genug Humor im Alltag sind mir dabei ebenfalls sehr wichtig.

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

Für mich ist es wichtig, mit offenen Augen durch die Welt zu gehen. Inspiration findet man dabei täglich - sei es bei einem interessanten Buch, einem konstruktiven Austausch oder in der Natur. Wenn man offen ist für Neues, sich in Selbstreflexion versucht, täglich die Augen und Ohren offenhält, kann man von fast jedem/r etwas lernen. Natürlich gibt es bestimmte Persönlichkeiten, die Wesensmerkmale oder Talente aufweisen, die einen besonders ins Auge stechen. Das kann sowohl der viel gehypte Speaker sein, ein griechischer Philosoph, oder dein Nachbar, der mit einer inneren Ruhe in seinem Garten arbeitet. Schlussendlich geht es um stetige Weiterentwicklung, die macht Freude und das versuche ich zu leben.

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

Authentisch bleiben und sich nicht verbiegen lassen. Auf das konzentrieren, was Sinn macht, nämlich seinen Beitrag zu leisten. Wenn ich meine Arbeit mit Begeisterung mache, kommt Erfolg als Nebenprodukt und das oft einfacher, als wenn ich verkrampt an meiner Vita arbeite. Schlussendlich, volles Commitment, in meine Karriere zu investieren. Manager sein ist teilweise auch nichts anderes als Spitzensport und das bedeutet Training, Niederlagen als Chance für die Verbesserung sehen und dranbleiben. Zusammengefasst: eine tolle Kombination aus Begeisterung, Disziplin und Resilienz.

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

Ich denke wenig darüber nach, was Frauen oder Männer besser oder schlechter machen. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass gemischte Teams sehr gut funktionieren, ob das nun an den handelnden Personen lag, oder am Geschlecht - da gibt es Experten, die das besser beantworten als ich. Am Ende des Tages sollte jede/r das Beste aus sich herausholen.

Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V.

Gute Bilanz des VDVO-Auftrittes auf der ITB 2023

Mit einem echten Triple hat der Verband der Veranstaltungsplaner e.V. die diesjährige ITB bespielt. Der 250 qm große Gemeinschaftsstand, ein eigener Kongressbaustein und die offizielle ITB MICE NIGHT haben die Bedeutung des Verbandes einmal mehr sichtbar gemacht.



Professor Dr. Cornelia Zanger gemeinsam mit Colja Dams, der Moderatorin des Abends sowie den Gremiumsmitgliedern Siegfried Haider und Bernd Fritzes.
Fotos: VDVO

AUF DEM GEMEINSCHAFTSTAND in der neu geschaffenen MICE HALL präsentierten sich (mit Unterausstellern) 20 Partner an eigenen Countern. Mit Bar, Kommunikationszonen und zwei Demo-Leinwänden, die in der Hauptsache vom Premiumpartner CISCO bespielt wurden, war das ein zentraler Anker in Halle 3.1. Kleiner Wermutstropfen: Obwohl auch der VDR sich unmittelbar gegenüber präsentierte muss man sagen, dass die Frequenz in dieser Halle 3.1 nicht die Erwartungen erfüllen konnte. Die Unteraussteller zeigten sich dennoch mehrheitlich zufrieden. Wie immer kommt es bei Messen eben darauf an, wie intensiv die Terminvereinbarungen im Vorfeld durchgeführt werden konnten. Aber das ist ein alter Hut.

Einen neuen Hut müsste sich die ITB allerdings mit der Platzierung und Konfiguration der MICE Hall in 2024 aufsetzen: Wenn man MICE-Geschäft weiter ausbauen will, sollte man hallentechnisch vielleicht besser bündeln und eine geschicktere Anbindung an Laufwege prüfen.

Talk, eat & drink: die ITB MICE NIGHT

Die offizielle ITB MICE NIGHT im frisch renovierten VDVO-Partnerhotel Berlin, Berlin war wie in den Jahren vor Corona auch 2023 ein gut besuchter Kulminationspunkt für entspannte Begegnungen. Dass die Veranstaltung schon Wochen vorher ausverkauft war, spricht für das Format, bei dem sich viele bekannte Gesichter aus der Branche ein Stelldichein

gaben. Als Höhepunkt darf man zweifellos die Verleihung des 6. MICE ACHIEVEMENT AWARD bezeichnen.

Die Auszeichnung des Jahres 2023 ging diesmal an Frau Professor Dr. Cornelia Zanger von der TU Chemnitz, die mit ihrer wissenschaftlichen Begleitung die Veranstaltungswirtschaft seit Jahrzehnten inspiriert, fordert und mit zahlreichen Studien unterstützt. Die vom Publikum sehr gut aufgenommene Laudatio hielt Vorjahrespreisträger Colja Dams. Bereits zum zweiten Mal engagiert sich der VDVO als Mit-Juror und Veranstalter für diesen in der Branche einzigartigen Lifetime-Award.

Talk, listen, be inspired: Der ITB MICE TRACK

Last but not least der ITB MICE TRACK. Er fand diesmal auf der Green Stage in der MICE Hall statt und präsentierte in einem kurzweiligen Format Vorträge und Panels vor voll besetztem Plenum. Vorstandsmitglied Doreen Biskup hatte die Veranstaltung organisiert und führte auch als Moderatorin durch die Panels.

Von 10:30 Uhr bis 13:45 Uhr wurden MICE-Tapas serviert in kurzen und leicht verdaulichen Slots. An die Begrüßung durch den Vorstandsvorsitzenden Bernd Fritzes schloss sich ein 25minütiger Vortrag zum Thema „Emotional Transformation“ an. Über die neuesten Trends und Branding-Strategien für Destinationen diskutierten im Abschluss

Matthias Schultze (GCB), Marco Oelschlegel (Berlin Convention Office) und Christiane Seelgen (Wiesbaden Congress & Marketing GmbH). Jasmine Mortimer sprach danach über die Wirkung von Start Up-Inkubatoren auf die Zukunft der Veranstaltungswirtschaft und Stefan Schumacher von der BWH Hotel Group veranschaulichte, wie man mehr erreichen kann ohne unbedingt mehr zu tun am Beispiel des NICE-Projekts. Florian Wirthgen von denkmalneu und Jan Czyske von FELIX demonstrierten neue Denkweisen und Aufstellungsmodelle für die Eventlocations der Zukunft ehe es zur abschließenden Podiumsdiskussion ging. Sie stand – nicht ganz unpassend am Weltfrauentag! - unter dem zeitaktuellen Thema Diversity und hatte das Motto „Bridging the Gap – Diversity ist mehr als Quote. Es diskutierten Nora Hase, die sich für non-binäre Menschen stark macht, die Filmemacherin Andrea Schuler und Karin Ruppert von der She Means Community e.V.

Kleines Fazit: Zufriedenheit bei den Organisatoren für eine auch budgetär gelungene Veranstaltung. Dank an die Sponsoren und Unteraussteller. Gleichzeitig das Bewusstsein, dass es immer Dinge zu verbessern gibt. Und Verbesserungsideen haben Bernd Fritzes und Thorsten Schwartz durchaus auf dem Zettel für 2024, wenn es wieder heißt: VDVO goes ITB und der nächste und damit 7.MICE-Achievement Award verliehen wird.

VDVO-Kongress „Building Bridges“ geht am 30. Juni 2023 in Berlin in die zweite Runde

Im Juni 2022 ging der erste eigene Kongress des Verbandes der Veranstaltungsplaner in Leipzig erfolgreich mit weit über 100 Teilnehmern über die Bühne. in einem zweitägigen Format aus Erlebnistouren, Keynotes und thematische Deep Dives. Am Freitag, den 30.6.2023, geht Building Bridges im Mövenpick Hotel Berlin nun in die zweite Runde.

DIESMAL GEMEINSAM mit Europas größter Redneragentur „Speakers Excellence“ und dem Fokus auf Inspiration, Begegnung und persönlicher Weiterentwicklung. Auf die erwarteten 250 Teilnehmer wartet ein spannender und inspirierender Tag rund um die komplexe Themenwelt „Was kann ich persönlich tun, um Brücken im Business zu bauen und langfristig erfolgreich zu sein?“ Der Kongress Building Bridges ist ein kompaktes Tagesformat, um von den Besten zu lernen und sich per-

sönlich weiterzuentwickeln. So geht es unter anderem um vier Schlüssel für den Erfolg, mit denen man sich und sein Business auf das nächste Level bringen kann.

Die Teilnehmer erfahren, warum Piloten versagen und Manager Fehler machen. Sie lernen das Heldendilemma kennen und verstehen, warum Super-Wo(man) nicht glücklich ist. Sie erleben, was eine wirkungsvolle Feedbackkultur ausmacht und erhalten Einblicke in die Arbeit der Spitzensportler und wie Sie die maßgeb-

lichen Erfolgsfaktoren identifizieren, mit System anwenden und Spitzenleistung erzielen. Vorträge, Breakout-Sessions mit Diskussionsrunden, After Show-Event – VDVO und Berlin calling!

Der Zeitrahmen: 9:00 Uhr – 17:45

Anschließend Networking und After Show-Event

Premium-Ticket: 177,-€

Ermäßigung für VDVO-Mitglieder

Anmeldung/Tickets: www.vdvo-buildingbridges.de



Ansteckend begeistert:

Ein Schnapschuss ins Publikum beim letztjährigen VDVO-Kongress



Ansteckend komponiert und getextet: Sogar einen eigenen Motto-Song hatte der VDVO für den Kongress 2022 in Leipzig in Auftrag gegeben.

VDVO ab sofort mit noch mehr Mitglieder-Vorteilen!

Eine Mitgliedschaft im Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V. brachte bereits bisher eine Reihe von geldwerten Vorteilen, die den kleinen Mitgliedsbeitrag von 60 Euro im Jahr bei Weitem übersteigen. Nun ist ein echtes Schmankerl hinzugekommen: Die Travel Industry Card!

JEDES VDVO-MITGLIED kann ab sofort für nur 50 Euro bei einer Geltungsdauer von zwei Jahren die begehrte Travel Industry Card beantragen, die vom VDR herausgegeben wird und noch deutlich mehr Vorteile bündelt. Mit diesem „Ticket to Discount“ bekommen VDVO-Mitglieder teilweise kräftige Preisnachlässe bei Hotels, Mietwagen- und Fernbusunternehmen, der Deutschen Bahn, Parken am Flughafen, Freizeitparks, Shows & Events und zahlreichen weiteren Partnern.

Hier ein paar Beispiele: 20% Rabatt weltweit bei Leihwagenanmietungen

Sunny Cars, bis zu 25% weltweit bei AVIS, bis zu 30% auf die Hotelraten bei ACCOR-Hotels, bis zu 50% inkl. einer Begleitperson beispielsweise bei STARS IN CONCERT im Berliner ESTREL. Dazu PEP-Angebote, Rabatte auf Weiterbildung, Limousine-Service u.v.m.

Wie ist das möglich?

Der Verband der Veranstaltungsorganisatoren e.V. ist seit März 2023 förderndes Mitglied beim deutschen Reiseverband VDR und kann seinen Mitgliedern neben der zusätzlichen Einbindung in das wert-

volle Branchennetzwerk damit diese begehrte Karte anbieten zum Vorzugspreis von 50 Euro. Geschäftsführer Thorsten Schwartz will aber in diesem Jahr noch etwas obendrauf packen: „Wir haben für 2023 eine Zielgröße von 1.000 Mitgliedern ins Auge gefasst, denn wir wollen unseren Einfluss in der Branche und vor allem auch in der Politik weiter verstärken. Damit machen wir Planern ein einmaliges Angebot: Die kostenlose Schnuppermitgliedschaft für ein Jahr! Dieses Angebot ist in Verbindung mit der Travel Industry Card nicht mehr zu toppen.“ (jh)

Meeten Sie doch Mal im Park: Scandic Frankfurt Hafenpark

Am 01. März eröffnete das neuste Hotel von Scandic in Frankfurt. Nur wenige Meter vom Main entfernt und in direkter Nachbarschaft zur Europäischen Zentralbank gelegen, setzt das Haus mit einer Konferenz- und Eventfläche für bis zu 570 Personen neue Akzente im gehobenen Business-Segment.



UNTER DEM MOTTO „Meeting im Park“ überrascht das Hotel mit einem Design-Ansatz, der den vor der Tür liegenden Hafenpark im Inneren des Hauses fortführt und so skandinavische Gemütlichkeit und Naturnähe unter einem Dach vereint. Herzstück des Hotels ist der 600m² große Ballroom, der durch Deutschlands größte Skyfold-Wände in drei separate Räume unterteilt werden kann und Teil des insgesamt 14 Tagungsräume umfassenden Meeting-Parks ist. Daneben stehen 505 Zimmer auf zehn Etagen, ein großzügiger Eingangsbereich, eine einladende F&B-Area mit offener Showküche sowie ein hauseigener Fitnessraum inklusive Sauna für die Gäste zur Verfügung.

Angelehnt an die Lage direkt am Frankfurter Grüngürtel, präsentiert sich das Scandic Frankfurt Hafenpark mit einem einzigartigen Gesamtkonzept. Zwischen Individualität, viel natürlichem Grün und nordisch-wohligem Stil werden Reisen und Arbeiten der Zukunft neu gedacht und interpretiert. Erdige Farben und naturbelassene Materialien dominieren das Design. Moosbewachsene Wände sowie von den Decken hängende und in Töpfen aller Größen stehende Pflanzen spenden Ruhe und Energie. Das Interieur Design wurde von dem in Stockholm ansässigen Architekturbüro Konzept entwickelt und setzt auf reduzierte skandinavische Gemütlichkeit. Die 505 Zimmer in

fünf verschiedenen Ausstattungsklassen sind modern und funktional ausgestattet, für einen Blickfänger sorgen ausgewählte Kunstwerke aufstrebender skandinavischer Künstler:innen in jedem Raum. 53 Zimmer sind barrierefrei, auch für den Aufenthalt mit Haustieren stehen 20 geeignete Zimmer bereit.

Das hoteleigene Restaurant bietet bis zu 320 Gästen Platz. Hier werden internationale Klassiker, skandinavische Spezialitäten und Gerichte der modernen europäischen Küche gekonnt miteinander kombiniert und live in der offenen Showküche zubereitet. Für den perfekten

Start in den Tag sorgt das Frühstücks-Buffet mit vielen Produkten aus der Region, einem Bio-Anteil von 40 Prozent, Selbstgebackenem sowie frisch zubereiteten Eierspeisen. Zur Mittagszeit wird von Montag bis Freitag ein Business-Lunch mit täglich wechselnden Gerichten angeboten, während am Abend eine frische, saisonale Küche mit regelmäßig wechselnden Speisen zum Dinner lädt.

Seit 1993 setzt sich Scandic getreu seines Leitfadens „Jeder Schritt zählt“ für eine nachhaltige Hotellandschaft ein. So wird im Restaurant ausschließlich selbst aufbereitetes Leitungswasser serviert, nicht verbrauchte Lebensmittel werden in Kooperation mit Too Good To Go vor dem Wegwerfen bewahrt. Zudem verfügt das Hotel über eine hervorragende Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr sowie Leihräder, mit denen Besucher:innen die Stadt oder den nahegelegenen Grüngürtel erkunden können. Charmantes Detail: Wie auch in den anderen Hotels von Scandic wurde auf dem Dach des Gebäudes ein Bienenschwarm angesiedelt, der einen wichtigen Beitrag zum urbanen Ökosystem des neuen Quartiers leistet. Scandic ist durch das Nordic Swan Ecolabel zertifiziert, welches zu den strengsten Ökolabels zählt.

Fotos: Scandic Frankfurt Hafenpark



OVAG Varieté – Was ein Energieversorger mit einer Varieté-Show zu tun hat

Nach der Pandemie konnte das OVAG-Varieté Anfang dieses Jahres endlich zurück auf die Bühne des Dolce Bad Nauheim. Im charmanten Jugendstil-Theater des Vier-Sterne-Hauses gaben sich wieder sowohl bekannte Künstler als auch Newcomer die Klinke in die Hand und „zauberten“ ein kurzweiliges und gleichsam beeindruckendes Programm auf die Bühne.



3,5 STUNDEN DAUERT die Show inklusive Pause, die zwar im Dolce Bad Nauheim stattfindet, aber von der OVAG (Oberhessische Versorgungsbetriebe AG) geplant und ausgerichtet wird. Einst als PR-Event gedacht, ist sie heute fester Bestandteil des Kalenders und der Arbeit der OVAG. Und das muss es, um die Qualität auch im 19. Jahr aufrechtzuerhalten. In diesem Jahr kamen die insgesamt 45 Artisten aus 15 Ländern. Diese Vielfalt will schließlich erst einmal gefunden werden. Dafür schaut sich das Organisationsteam rund um das Jahr diverse Veranstaltungen mit Künstlern an, arbeitet mit Agenten zusammen und nutzt Social Media. Hinzu kommen über 100 Bewerbungen, die von den Künstlern selbst geschickt werden. Mit all diesen „Bausteinen“ wird dann ein möglichst stimmiges Gesamtkonzept aus Jonglage, Magie, Tanz, Humor und Akrobatik zusammengestellt. Außerdem wird bei der Auswahl Wert daraufgelegt, dass das Verhältnis zwischen neuen und bereits bekannten Künstlern ausgewogen ist.

Die Show für eigene Events inszenieren

Zwar ist das Varieté von der OVAG ursprünglich als Event für Kunden und Dankeschön an ebendiese ins Leben gerufen worden und erfüllt diesen Zweck noch heute, die Show hat sich aber mittlerweile zu einem festen Highlight und Bestandteil im sozialen und kulturellen Leben der Region entwickelt. Doch nicht nur Kunden der OVAG sind gern gesehene Gäste in den Zuschauerreihen. Daher gibt es auch für Firmen die Möglichkeit, diese hochprofessionelle Show zur Gestaltung eines Rahmenprogramms für eigene Veranstaltungen zu nutzen.

Durch die Termine, die immer am Anfang des Jahres liegen, sind beispielsweise Kick-off-Veranstaltungen denkbar. Tagsüber Tagung, Konferenz oder Meeting in einem der 27 Veranstaltungsräume des Dolce Bad Nauheim, anschließend ein Dinner im Restaurant oder einer der Spe-



Als Kick-off ins Varieté: Im Dolce Bad Nauheim ist das möglich. Fotos: hd...s

cial-Event-Locations – wie dem Spiegelsaal oder dem Wintergarten – und dann zum Abschluss ein Besuch im Varieté. In jedem Fall eine gelungene Variante. Für eine solche Kombination hat das Vier-Sterne-Haus eigens Pakete aufgelegt, mit denen sich die einzelnen Bausteine ganz individuell zusammenstellen lassen. (ag)

Anzeige



DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER **convention** INTERNATIONAL
www.convention-net.de Meet us @ IMEX: Stand G140

ASA MICE Chapter – MICE-Angebote im südlichen & östlichen Afrika

Das neue Programm der ASA präsentiert Destinationen, Airlines und Produkt-Anbieter aus Afrika.



DIE ASA, die Arbeitsgemeinschaft südliches & östliches Afrika, mit über 100 Mitgliedern, initiiert seit einigen Jahren stetig neue Programme, um den Reiseländern Afrikas und der dortigen Tourismuswirtschaft Vermarktungs-Plattformen in Europa zu bieten.

Das großartig ausgebaute und sehr erfahrene Netzwerk an Anbietern touristischer Leistungen im südlichen und östlichen Afrika hat ein Angebot geschaffen, welches auch dem MICE-Bereich eine breite Palette an Möglichkeiten bietet.

In Verbindung mit den stetig verbesserten Afrika-Angeboten der Fluggesellschaften im ASA-

Verbund, Condor, Ethiopian Airlines und Eurowings Discover, können MICE-Planer aus einer großen Zahl an Destinationen und Programm-Ideen wählen und spannende sowie professionell planbare Projekte realisieren.

Das MICE Chapter der ASA hat sich zum Ziel gesetzt, mit kontinuierlicher Kommunikation die Regionen des südlichen und östlichen Afrika im deutschsprachigen MICE-Markt zu positionieren und hierzu die eigens geschaffene Online-Präsenz www.MICE-Africa.de live geschaltet.

Des Weiteren plant das ASA MICE Chapter die Teilnahme an verschiedenen Veranstaltungen,

auf denen unsere Mitglieder mit MICE-Planern in persönlichen Kontakt treten können. Seinen ersten Auftritt hat das MICE Chapter zur IMEX 2023 in Frankfurt.

Auf unserer neuen Webseite www.MICE-Africa.de können Sie sich nun regelmäßig über Termine, News und Einladungen informieren. Und über das facettenreiche Angebot der Destinationen, Airlines, lokalen DMCS, Hotels und Lodges sowie der vielen Projekte für Nachhaltigkeit und Umweltschutz vor Ort.

Freuen Sie sich auf viele inspirierende Begegnungen mit Afrika!

MICE Chapter

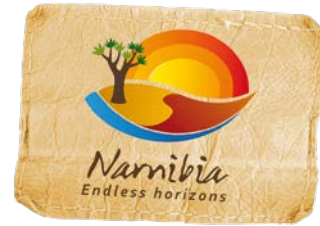
MICE in Southern & Eastern Africa
www.MICE-Africa.de



Die folgenden ASA-Mitglieder bilden das neue ASA MICE Chapter:



Amazing Africa DMC
www.amazing-africa.co.za



Namibia Tourism Board
www.namibia-tourism.com



Abenteuer Afrika Safari DMC
www.abenteuerafrika.com



Plan Hotel Hospitality Group
www.planhotel.com



Ondili Lodges
www.ondili.com



Southern Sun
www.southernsun.com



A STAR ALLIANCE MEMBER

Ethiopian Airlines
www.ethiopianairlines.com



Visit Malawi
www.visitmalawi.mw



Gondwana Collection Namibia
www.gondwana-collection.com



Zambia Tourism
www.zambiatourism.com

Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2022/23

Live-Events werden besser und mehr

Live-Veranstaltungen kehren zurück, könnte man die Ergebnisse des neuen „Meeting- & EventBarometers 2022/2023“ zusammenfassen. Die Deutsche Zentrale für Tourismus DZT, das German Convention Bureau GCB und der Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren EVVC präsentierten jüngst die Ergebnisse der Studie des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft EITW. Ergebnis: Präsenzveranstaltungen werden mehr, während reine Online-Formate eklatant abnehmen.



Meeting- & EventBarometer 2022/2023

vor Frankreich mit rund vier Millionen und Spanien mit etwa 2,9 Millionen Geschäftsreisen. Drei von fünf Business Trips aus Europa nach Deutschland waren 2022 promotable Geschäftsreisen.

„Künftig müssen wir uns auf die ökologischen Anforderungen des Marktes einstellen“, erklärt Petra Hedorfer, Vorstandsvorsitzende des DZT. Die nachhaltige

266,4 Millionen Event-Teilnehmer in 2022

Der deutsche Veranstaltungsmarkt habe mit insgesamt 2,6 Millionen Veranstaltungen und 266,4 Millionen Teilnehmern eine gute Grundlage, sich zu verändern und auf die vielen neuen Herausforderungen einzugehen. Die Zahlen zeigten, dass Business Events elementar zum Kommunikationsmix von Unternehmen und Organisationen gehören.

Reine Präsenzveranstaltungen zählten rund 172 Millionen Gäste. Hinzu kommen rund 12 Millionen Live-Besucher hybrider Veranstaltungen. Das bedeutet einen Zuwachs von 246 Prozent. Gleichzeitig nimmt die Zahl der Teilnehmer reiner Online-Veranstaltungen von 327 Millionen in 2021 auf 53,4 Millionen in 2022 ab. Dennoch bleiben Präsenzveranstaltungen mit hybriden Elementen relevant.

Business Events unterstützen den konstruktiven Dialog

Beruflich motivierte Reisen nehmen zu. Veranstaltungen werden größer. Persönliche Treffen rücken wieder in den Vordergrund. „Business Events sind eins der wesentlichen Instrumente zur Lösung komplexer Sachverhalte. Sie unterstützen den Wissenstransfer im konstruktiven

Dialog“, sagt GCB-Geschäftsführer Matthias Schultze. Das GCB mit seinen 160 Mitgliedern, die etwa 380 Kongressbetriebe repräsentieren, entwickelt zielgruppenspezifische Marketingaktivitäten, um Deutschland als Kongress- und Tagungsdestination zu positionieren.

Nachhaltigkeit entscheidet Veranstaltungsplanung

Gleichzeitig werden die Online-Optionen ihre Bedeutung behalten. Die virtuelle Vernetzung wird aus Gründen der Nachhaltigkeit sinnvoll bleiben. So können Veranstalter Reichweiten vergrößern und Teilnehmer begrüßen, die nicht vor Ort sein können. Für Veranstalter hat nachhaltiges Eventmanagement eine hohe Bedeutung. Dabei liegt das Catering knapp vor der CO₂-Kompensation. Außerdem werden Business Events künftig kurzfristiger geplant.

Mehr Geschäftsreisen

Die Zahl internationaler Geschäftsreisen nach Deutschland stieg 2022 im Vergleich zu 2021 von fünf auf elf Millionen und erreicht damit rund 70 Prozent des Niveaus aus 2019.

Deutschland führt mit 9,2 Millionen Geschäftsreisen mit deutlichem Abstand

Ausrichtung des Angebots treffe nicht nur die Erwartungen der Kunden, sondern spare auch Ressourcen. Das DZT vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz durch Marktforschung, Beziehungs-Management und Schärfung des Markenprofils. Es unterhält 25 Ländervertretungen.

Optimistischer Ausblick

Aus den aktuellen Zahlen resultieren positive Aussichten für die kommenden Jahre. Anbieter rechnen mit rund 20 Prozent Umsatzsteigerung. Veranstalter bestätigen diese Perspektive. Preissteigerung sowie Personalbedarf stellen die größten Herausforderungen dar.

Der Personal- und Fachkräftebedarf ist gestiegen, am stärksten in den Tagungshotels. Fast 70 Prozent geben an, auf der Suche nach Personal zu sein. Mehr Diversität in den Teams, stärkere Förderung von Frauen und flexiblere Arbeitszeitmodelle sollen helfen, meint EVVC-Präsidentin Iloona Jarabek. Der EVVC repräsentiert rund 650 Veranstaltungszentren, Kongresshäuser, Arenen und Special Event Locations in Europa. Veranstaltungsplaner und Zulieferbetriebe ergänzen das Spektrum.

Grafik: GCB

MICE & Business mit City Feeling - im neuen DoubleTree by Hilton Berlin Ku´damm am Los-Angeles-Platz



Abb.: Virserius Studio

ZWEI POWERFRAUEN, die jetzt gemeinsam loslegen: Simone Baizza (48) und Lea Schönrock (30). Beide sind am Start für die Wiedereröffnung des legendären Hotels am Los Angeles Platz in Berlin im Mai – als DoubleTree by Hilton Berlin Ku´damm, das erste Haus der Marke in der Hauptstadt. Simone Baizza trägt als Director Sales & Marketing die Verantwortung für alle Vertriebsthemen des zukünftigen Hauses, während Lea Schönrock als Director Conversation Sales das MICE-Zepter in der Hand hält.

Mit über 25 Jahren Hotel-Knowhow kann sich Simone Baizza rühmen. Nach ihrer Ausbildung als Hotelfachfrau durchlief sie mehrere Stationen, unter anderem im Holiday Inn King's Cross in London sowie im Hotel Palace Berlin bis sie zuletzt im The Westin Grand in Berlin als Director of Sales das Verkaufsteam leitete und jetzt ihre neue Aufgabe im Hotel am Los Angeles Platz mit voller Leidenschaft anpackt.

Nach ihrer Ausbildung zur Veranstaltungskauffrau vor zehn Jahren sammelte Lea Schönrock reichlich Erfahrung im Eventbereich, unter anderem bei Camonsite Conference and more sowie zuletzt als Assistant Director of Convention Sales im

Hotel Bristol in der Hauptstadt. Die gebürtige Berlinerin hat sich der Hotelbranche innig verschrieben, ihr Fernstudium als Hotelbetriebswirtin geht auf die Zielgerade zu und wird ebenso einen großen positiven Effekt auf das neue Haus haben.

Was erwartet die MICE-Gäste im neuen Hotel?

Ein Top-Businessstandort mit nachhaltigem Meetingkonzept, das internationale Meetingplaner freuen wird. Mit 420 Zimmern sowie einer Konferenzfläche von über 800 Quadratmetern gehört das neue Haus zu einem der größten Hotels in der City. Elf teilbare Veranstaltungsräume sind für bis zu 500 Personen ausgelegt und befinden sich alle auf einer Etage – mit großzügig lichtdurchflutetem Foyer. Der Ballsaal als größter Raum misst 450 Quadratmeter. Hier wurde der große Lüster als Souvenir aus alten Zeiten beibehalten. Im Rahmen der Renovierung wurde er abgenommen und Stück für Stück in der Geschirrspülmaschine gereinigt – zum Glück ging dabei kein Teil zu Bruch.

Interessant für Persönlichkeiten aus Politik, Film und Fernsehen, aber auch für Firmen aller Art: Es gibt einen separaten Eingang zum Eventbereich und die Möglichkeit, die komplette Etage exklusiv anzumieten!

Hochwertige Kaffeepausen, handgemachte Snacks und Süßigkeiten von der hauseigenen Patisserie sind Programm – ebenso wie individuelle Tagungspauschalen und Rahmenprogramme.

Top-Lage – nur 100 Meter vom Ku´damm entfernt

Neben dem komplett neuen Design, für das das mehrfach prämierte Designbüro Viserus Studios NY verantwortlich zeichnet, punktet das Hotel mit seiner Top-Lage mitten im Herzen von Geschichte, Kultur und Shopping! KADEWE, Kaiser-Wilhelm-Gedächtnis-Kirche, der Zoologische Garten sind in Laufnähe und die Messe Berlin nur 15 Au-

tominuten entfernt. Parallel zur Tauentzienstraße gelegen, bietet das DoubleTree by Hilton Berlin Ku´damm Abgeschiedenheit mitten im Geschehen. Ideal für Freizeit-, Business- und Bleisure-Gäste!

Das Verkaufsduo steht auch auf der IMEX 2023 für persönliche Gespräche zu Verfügung! Am besten jetzt schon für einen Termin kontaktieren über events@doubletreeberlin.com oder telefonisch unter +49 (0)30 2127-727.



Lea Schönrock und Simone Baizza am Start im neuen Hotel am Los Angeles Platz. Foto: Privat

„Mut hat in diesem Jahr Konjunktur.“ | Interview mit Nadja Kahn



Nadja Kahn, Inhaberin der Event-Agentur KahnEvents, sieht die MICE-Branche im Aufwind. Trotz der aktuellen Krisen erkennen Unternehmen die Wichtigkeit von Veranstaltungen an und sind bereit, in sie zu investieren, so der Event-Profi.

Foto: privat

Frau Kahn, nach der Corona-Krise haben viele Unternehmen der MICE-Branche gedacht, jetzt könne es nicht mehr schlimmer werden. Dann brachen mit dem Ukraine-Krieg, der Energiekrise und der Inflation die nächsten Herausforderungen über die Branche herein. Wie schätzen Sie die aktuelle Lage in der Veranstaltungsbranche ein?

Gar nicht so schlecht! Ich habe den Eindruck, dass die meisten Unternehmen inzwischen krisenmüde sind. Viel zu lange haben die schlechten Nachrichten zu einer regelrechten Lähmung geführt. Alle haben nur noch auf Corona-Fallzahlen, Energiepreise oder Konjunkturdaten gestarrt wie das berühmte Kaninchen vor der Schlange. Und sind so nicht ins Handeln gekommen.

Ich glaube, inzwischen haben fast alle Unternehmenslenker:innen begriffen: Das Geschäft ist deutlich volatiler geworden. Märkte, Zielgruppen und deren Bedürfnisse ändern sich inzwischen in rasantem Tempo – da ist es für die Unternehmen von zentraler Bedeutung, flexibel und agil zu reagieren. Und das kann man nur, wenn man dicht an seinen Zielgruppen dran ist und weiß, was diese bewegt. Dafür ist ein regelmäßiger Austausch nötig – und da kommt die Bedeutung von Veranstaltungen, realen Treffen und Gesprächen ins Spiel.

Mein Eindruck in diesem Jahr ist: Wir lösen uns aus der Schockstarre und schreiten wieder mutig nach vorn. Das gilt für die Veranstaltungsbranche genauso wie für Unternehmen, die Events, Messen oder Incentives planen und buchen.

Mut hat in diesem Jahr Konjunktur. Natürlich belasten die aktuellen Krisen die Wirtschaft. Dennoch sind viele Unternehmen bereit, in Veranstaltungen zu investieren. Nach der langen Corona-Zeit und der dadurch bedingten Einschränkung sozialer Kontakte haben zahlreiche Organisationen den Wert von Präsenz-Veranstaltungen wieder neu zu schätzen gelernt.

Wie macht sich das in Ihrem Geschäft bemerkbar?

Wir unterstützen und begleiten unsere Kunden auf diesem Weg. Und entwickeln gezielt Konzepte, die einen positiven Aufschwung und Ausblick in die Zukunft unterstreichen.

Beispielsweise die IHK zu Kiel: Am 1. März feierte die Handelskammer ihren jährlichen großen Jahresempfang ‚Horizont‘ unter dem Motto „Mut. Möglich. Machen“ mit über 800 Gästen. Das erste Mal seit 2019 fand die Veranstaltung wieder live statt, nachdem der Empfang im Jahr 2020 einen Tag vor dem Event, als bereits alles aufgebaut war, Corona-bedingt abgesagt werden musste. In den Jahren 2021 und 2022 haben wir die Veranstaltung ausschließlich digital umgesetzt.

Zu „Horizont“ waren Entscheider aus Wirtschaft und Politik geladen, wie beispielsweise die stellvertretende Ministerpräsidentin des Landes Schleswig-Holstein Monika Heinold. Dabei zeigte die IHK zu Kiel, dass sie es einerseits versteht, Mut zu machen, andererseits aber auch selbst mit mutigen Konzepten die Veranstaltung zu beleben. Der Präsident der IHK, Knud Hansen, und Monika Heinold battelten sich beispielsweise mit einer Wette, allein mit dem Ziel, das Thema Ausbildung sichtbarer zu machen. Dazu mussten sie Gegenstände erkennen und verschiedenen Ausbildungen zuordnen.

Gibt es weitere Beispiele für diesen Neustart?

Ja, auch für den Handelskonzern Tchibo steht das Thema Mut ganz oben auf der Agenda. Am 26. Januar haben wir für das Unternehmen ein großes digitales Kick-Off-Event für das neue Jahr organisiert. 550 Gäste schalteten sich digital zu und erlebten einen abwechslungsreichen und inspirierenden Tag.

Am selben Tag hat das IT-Unternehmen msg services bei einem Kick-Off-Event in Berlin mit 350 Gästen ebenfalls zu Mut und Zuversicht mit Blick auf die Zukunft aufgerufen. Statt branchenfremde Keynote-Speaker zu laden, setzte das Unternehmen auf Best Practice und lud mutige Mitarbeitende aus den eigenen Reihen auf die Bühne, um Leuchtturm-Projekte vorzustellen und den anwesenden Kolleg:innen Mut für die Zukunft zu machen.

Macht sich dieser Trend positiv für Ihr Geschäft bemerkbar?

Ja, KahnEvents profitiert von dem neuen Schwung im MICE-Bereich. In der Corona-Pandemie haben wir sehr schnell auf innovative Konzepte für digitale Events umgeschwenkt und konnten so einen kompletten Einbruch unseres Geschäfts verhindern. Aber natürlich lebt unser Business von Live-Events – und das ist auch das, was mein Team und ich lieben. Unterwegs sein, spannende Locations entdecken, Künstler:innen und Gastronom:innen treffen, alles für den großen Tag vorbereiten und dann ein perfekter Gastgeber sein – dafür haben wir diesen Beruf gewählt.

Unsere Agentur verzeichnet eine sehr positive Auftragslage für 2023, die uns ebenfalls mit viel Mut in die Zukunft schauen lässt.

Also ist jetzt alles wieder auf Vor-Corona-Level?

Nein, das kann man nicht behaupten. Corona hat unsere Branche nachhaltig verändert. Dem Zusammentreffen von vielen Menschen auf einem Raum haftet immer noch ein Gefühl von Unsicherheit an. Das gilt für Groß-Events genauso wie für Messen. Deshalb spielen Hygiene und Sicherheit auch im Jahr 2023 weiterhin eine wichtige Rolle bei Live-Events. Aber das gehört für unser Team mittlerweile selbstverständlich zu einer professionellen Veranstaltungsplanung dazu.

Corona hat auf jeden Fall auch zu einer neuen Dankbarkeit geführt. Vor der Pandemie waren viele Menschen schon relativ „satt“ in Bezug auf Events. Das hat sich in hohen No-Show-Raten gezeigt und auch in der Tatsache, dass es teilweise ein richtiger „Wettrüsten“ nach dem Motto „Höher,

Schneller, Weiter“ gab – man musste sich extrem ins Zeug legen hinsichtlich Catering, Show-Programm, Location, um die Gäste hinter dem sprichwörtlichen Ofen hervor zu locken.

Jetzt freuen sich die Menschen wieder, wenn sie einfach einen netten Tag oder Abend miteinander verbringen können – mit guten Gesprächen, echten Begegnungen und vielleicht der ein oder anderen Umarmung.

Was wird von Corona für die Branche bleiben?

Die Corona-Jahre haben die Veranstaltungsbranche stark verändert und viele Innovationen vorangetrieben. Unsere Agentur hat beispielsweise umfassend in die technische Infrastruktur für digitale Events investiert und zahlreiche Formate entwickelt, die auch bei Online-Veranstaltungen für Teamgeist und Emotionen sorgen. Die positiven Neuentwicklungen werden auch weiterhin gern von Unternehmen genutzt.

Inzwischen ist es für uns und viele Kunden normal, Events live und digital zu bespielen. Das ist vor allem auch für Unternehmen mit mehreren Standorten sehr attraktiv.

Erleben auch Incentives eine Renaissance?

Ja, wir stellen fest, dass in diesem Bereich die Nachfrage ebenfalls wieder anzieht. Und auch hier bemerken wir, dass die Auftraggeber Interesse haben, neue Wege auszuprobieren. Weg von den bekannten Standard-Incentives, hin zu individuellen, neuen Konzepten, die gänzlich neue Erfahrungen versprechen. So bekommen wir beispielsweise Anfragen für Montenegro, Island, Slowenien oder Japan. Und auch bei der Programmplanung freuen sich unsere Kunden über innovative und etwas ausgefallene Vorschläge von uns – beispielsweise die Inszenierung von Ehrungen für besonders verdiente Mitarbeitende mit einer echten Dramaturgie und künstlerischen Elementen anstatt einer Ansprache. Und auch einen wirklichen Jahrmarkt auf dem eigenen Firmengelände hat sich einer unserer Kunden bereits gewünscht – mit allem was dazu gehört. (red)

Ibiza wird zweite europäische Heimat für The Standard

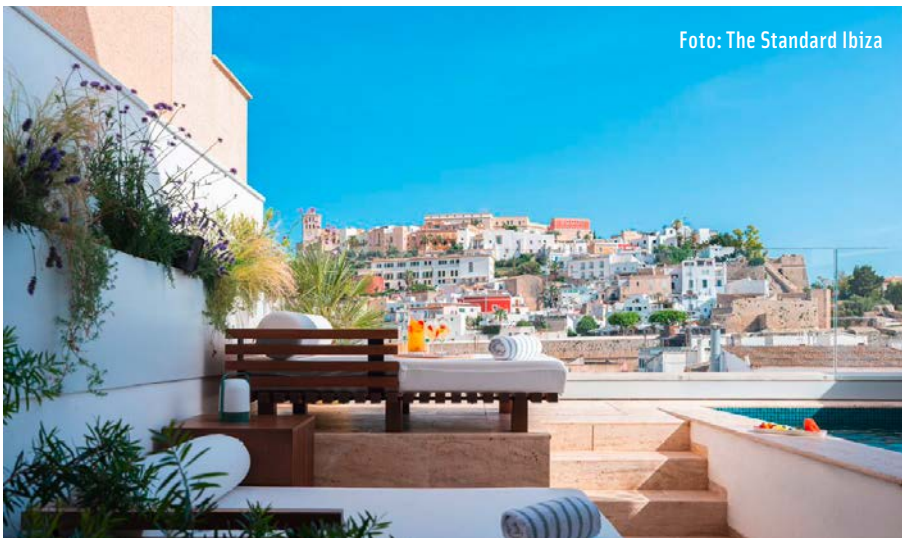


Foto: The Standard Ibiza

Das The Standard, Ibiza öffnete seine Türen offiziell im April 2022 und ist, nach dem erfolgreichen Start des The Standard, London, der zweite Schritt der US-amerikanischen Hotelkette in den europäischen Markt.

Mit einem neuen Blick auf das Ibiza von heute, ohne dabei die interessante Geschichte der Insel zu vernachlässigen, ist The Standard, Ibiza eine ganzjähriger Location im Herzen der Altstadt Ibizas, rund 15 Minuten vom Flughafen entfernt, nur wenige Schritte von der Uferpromenade und eine 20-minütige Bootsfahrt nach Formentera entfernt. Das Hotel verfügt über 67 Zimmer und Suiten, darunter eine private Casa Privada, ein ganztägig geöffnetes Restaurant auf der Straßenebene, das Jara, und dem Rooftop-Pool mit der angeschlossenen Dachterrasse Up.

Das Design des Hotels zelebriert die unkomplizierte Raffinesse des ibizenkischen Le-

bens. Die verwendeten Materialien vermitteln den Gästen ein Gefühl von Ruhe und Komfort.

Während das Gebäude von dem renommierten spanischen Designer Lázaro Rosa-Violán entworfen wurde, lag die Verantwortung für die Inneneinrichtung beim hauseigenen Designteam von The Standard. Die verschiedenen Veranstaltungsorte und Tagungsräume des Hotels sind der perfekte Ort für diejenigen, die auf den Balearen arbeiten oder Events veranstalten wollen.

Die Casa Privada, die Privatresidenz des Hotels, liegt nur einen Block vom Hotel entfernt und ist der ideale Ort für ein exklusives Meeting. Die Residenz verfügt über insgesamt über 14 Gästezimmer, die sich auf fünf Etagen verteilen, darunter auch zwei Terrace Suiten mit Außenwannen. Zu den öffentlichen Bereichen der Residence gehören eine private Lounge, Wellness-Studios, ein Pool und Bar sowie ein Fitnessstudio, das nur für die Gäste der Casa zugänglich ist.

Weitere Informationen über The Standard, Ibiza, finden Sie unter:

www.standardhotels.com

Abu Dhabi fördert internationale Business Events durch Gemeinschaftsfonds mit privaten Institutionen

Das Abu Dhabi Convention and Exhibition Bureau (ADCEB) hat eine Absichtserklärung (MoU) mit der ADNEC Group und zuvor bereits mit Miral Destinations unterschrieben, um Abu Dhabi als Austragungsort für große internationale Veranstaltungen noch attraktiver zu machen.

Der neu gegründete gemeinsame Fördertopf von ADCEB und dem Betreiber des größten Messegeländes im Nahen Osten (ADNEC) ist eine Fortsetzung der Strategie, Partnerschaften zwischen öffentlicher Hand und Privatsektor zu nutzen, um noch mehr große B2B-Veranstaltungen und Incentive-Reisen ins größte Emirat der VAE zu locken. Eine ähnliche Förderung erwartet Planer bereits auf Yas Island, durch eine Partnerschaft mit Miral Destinations. In beiden Fällen werden die Organisatoren mit bis

zu AED 450 pro Teilnehmer unterstützt.

Der „ADNEC Corporate Joint Fund“ sowie der „Yas Island Business Event Fund“ sind zusätzliche Instrumente für internationale Firmenkunden und MICE-Planer, um Abu Dhabi als sichere Destination für Veranstaltungen zu bewerben, in der Unterstützung von allen Seiten großgeschrieben wird. Des Weiteren werden beim bereits bestehenden Programm „Advantage Abu Dhabi Meetings & Incentives 2.0“ internationale Veranstaltungen bereits ab einer Gruppengröße von 50 Personen finanziell unterstützt. Zusätzlich warten mit dem MICE Agencies Reward Scheme noch interessante Benefits auf die planenden Agenturen, um diese für die Arbeit zu belohnen. Die Gemeinschaftsfonds füllen eine Lücke in der Unterstützung für Gruppen von über 500 Teilnehmern. Weitere Informationen finden Sie unter: www.visitabudhabi.ae/en/abu-dhabi-convention-and-exhibition-bureau

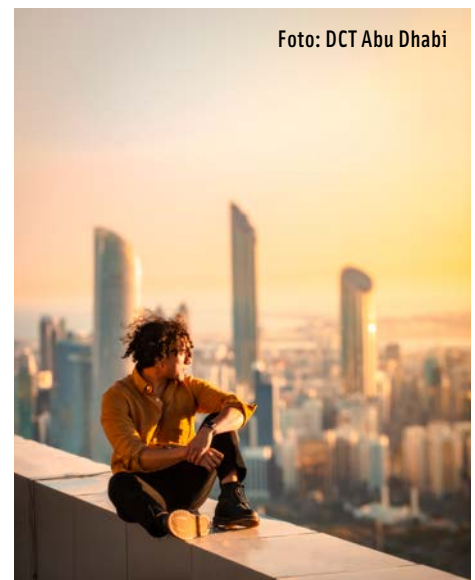


Foto: DCT Abu Dhabi

Für Veranstaltungen, die zwischen dem 1. Mai 2023 und dem 31. Dezember 2024 geplant sind, können Antragsteller ihre RFPs am besten an Frank J. Müllauer (fmuellauer@dctabudhabi.ae), den Ansprechpartner des ADCEB in Deutschland richten, um die Förderfähigkeit für ihre Veranstaltung(en) prüfen zu lassen.

GSTC entwickelt mit Unterstützung des Singapore Tourism Board neue Nachhaltigkeits-Kriterien für MICE

Der Global Sustainable Tourism Council (GSTC) entwickelt mit Unterstützung des Singapore Tourism Board (STB) neue Kriterien für MICE (Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions) und Attraktionen. Die GSTC MICE Criteria und GSTC Attraction Criteria werden als globale Nachhaltigkeitsstandards für beide Branchen dienen. Die GSTC-MICE-Kriterien werden unter Mitwirkung der relevanten Player im MICE-Bereich entwickelt und enthalten klare Zielvorgaben, welche durch den Standard erreicht werden sollen. Die Kriterien können der Branche auch als Leitfaden dienen, um Lieferketten nachhaltiger zu gestalten und die Beteiligung der lokalen Bevölkerung an Veranstaltungen und Messen zu erhöhen.

Die Anwendung der GSTC-MICE-Kriterien hat langfristige Auswirkungen, da ihre kontinuierliche Anwendung negative Umweltauswirkungen erheblich reduzieren, lokale Kulturen und Küchen erhalten und nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster unterstützen kann.

Wichtiger Beitrag- die Rolle des STB

Nach der kürzlichen Zertifizierung Singapurs als nachhaltiges Reiseziel auf der

Grundlage der GSTC-Kriterien für Destinationen zeigt das STB sein Engagement, indem es die Tourismusverbände und Interessengruppen Singapurs zusammenbringt, um zu den globalen Bemühungen des GSTC zur Förderung des nachhaltigen

bei der Entwicklung seiner Branchenkriterien für MICE und Attraktionen zu unterstützen. Solche international anerkannten Standards sind wichtig, da sie Destinationen und Tourismusunternehmen helfen zu verstehen, ob ihre Nachhaltigkeitsbemühungen auf dem richtigen Weg sind.



Foto: Singapore Tourism Board

gen Tourismus beizutragen. Dies steht im Einklang mit Singapurs Vision, ein nachhaltiges städtisches Reiseziel zu werden, in dem große Erlebnisse mit kleinem CO₂-Fußabdruck einhergehen.

Keith Tan, Chief Executive, Singapore Tourism Board, sagte: "Das Singapore Tourism Board (STB) freut sich, das GSTC

tigkeitsbemühungen auf dem richtigen Weg sind. Wir freuen uns auf eine enge Zusammenarbeit mit dem GSTC und unseren Branchenverbänden, um die Perspektive Singapurs einzubringen und den Tourismussektor dabei zu unterstützen, einen Beitrag zu einer grüneren Welt zu leisten."

IMPRESSUM

Convention International | Mai 2023

Verlag:
HWG Verlag
Wiedbachstrab 50
Tel.: +49 2631 9646-0
Fax: +49 2631 9646-40
www.convention-net.de

Herausgeber: Heinz-Dieter Gras
Verlagsleitung: Katharina Gras

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

Redaktion:
Anna-Lena Gras [ag], Katharina Gras [kg],
Hans Rodewald [hr], Hans Jürgen Heinrich
[jh]

Anzeigen:
Stefan Zwingers, Dieter Meyer

Korrektur:
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:
Caroline Minor

Titelfoto:
CI

Druck:
WIRmachenDRUCK GmbH
Mühlbachstraße 7
71522 Backnang

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

Nächste Ausgabe:
September 2023

Druckauflage:
10.000

Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2023. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



Der Spreewald – mehr als „nur“ Gurken und beliebtes Ausflugsziel für Berliner | von Anna-Lena Gras

Der Spreewald zieht seit jeher Naturliebhaber, Sportbegeisterte und Urlauber nach Brandenburg. Die natürlichen Verzweigungen der Spree, die mit der Zeit durch Kanäle erweitert wurden, bieten eine enorme Vielfalt an Möglichkeiten für Unternehmungen. Ob beispielsweise selbst paddeln oder gemütlich in einem der berühmten Spreewaldkähne die Kanäle entlang schippern lassen – hier ist vieles möglich.

JETZT MÖCHTE DIE Region in Brandenburg sich auch auf dem MICE-Markt etablieren und mit den einzigartigen Erlebnissen, der unberührten Natur und den engagierten Partnern vor Ort punkten.

Der Spreewald erstreckt sich auf etwa 475 km² und ist als Biosphärenreservat von der UNESCO geschützt. Zur besseren Orientierung gliedert sich das Gebiet in Unter- und Oberspreewald, wobei Letzterer den größeren Teil des Reservats ausmacht. Was allerdings bei dieser Aufteilung immer etwas Verwirrung stiftet,

ist die Tatsache, dass der Oberspreewald den südlichen Teil ausmacht und der Unterspreewald dementsprechend den nördlichen.

Aushängeschild Tropical Islands

2004 eröffnete das Tropical Islands in Krausnick seine Tore. Erst Militärflugplatz, dann Luftschiffwerft und heute das größte Tropenparadies Deutschlands, so lässt sich die bewegte Geschichte des Geländes kurz und knapp zusammenfassen. Die markante Kuppel – oder der Dome,

wie er eigentlich genannt wird – war schon bei der Planung der Luftschiffwerft Ende der 60er-Jahre essenzieller Bestandteil. Im Zuge dessen wurde seinerzeit eine der größten freitragenden Hallen der Welt konzipiert, die heute das Herzstück des Tropical Islands und in verschiedenen gestaltete Bereiche unterteilt ist. Für viele steht dieses Indoor-Tropenparadies hauptsächlich auf der privaten Agenda, sei es für einen kleinen Ausflug oder eine Auszeit am Wochenende mit der Familie. Jedoch bietet das Tropenparadies darüber



Für seine Natur und Ursprünglichkeit ist der Spreewald bekannt. Die Region in Brandenburg kann aber deutlich mehr. Foto: LianeM/shutterstock.com

hinaus zahlreiche Möglichkeiten für Events und Konferenzen. Sowohl kleine als auch personenstarke Gruppen finden unter der Kuppel den richtigen Ort. Neben klassischen Tagungsräumen für bis zu 40 Personen können in den einzelnen Bereichen des Tropical Islands wie den Tropen, der Südsee oder Amazonia weitere Locations für Veranstaltungen bespielt werden. Die größten Kapazitäten innerhalb des Dome offeriert die sogenannte Wayang Plaza im Tropenbereich. Auf 1.000 m² inklusive eigener Bar, Bühne und mit einer für Shows ausgelegten Technik sind beispielsweise Empfänge mit bis zu 600 Personen realisierbar. Mit Bankettafeln sind es 340 Sitzplätze. Der Bereich liegt zwar mitten im Tropical Islands, lässt sich aber sehr leicht abtrennen und ist daher auch bei laufendem Tagesbetrieb nutzbar. In

direkter Nachbarschaft zur Wayang Plaza befindet sich der Bali Pavillon, der wiederum bis zu 150 Personen erlaubt.

Ein großer Vorteil ist sicherlich auch die enorme Vielfalt in puncto Kulinarik. Durch das Tagesgeschäft gibt es hier mehrere Restaurants, die entweder exklusiv oder in Teilen für Gruppen reserviert werden können.

Weitere Möglichkeiten im Außenbereich

Amazonia heißt der Außenbereich des Tropical Islands. Das großzügige Gelände offeriert abseits der Schwimmbekken genügend Fläche für Produktpräsentationen, sportliche Aktivitäten und Events. Generell lässt sich das gesamte Areal in die Planung einbeziehen, nur an Wochenenden und in den Ferien sind Events meist ausgeschlossen. Weitere Einschränkungen gibt es allerdings nicht. Seien es Teambuildings, Car-Launches oder Beachpartys, alles ist machbar und auch schon (fast) alles dagewesen. Das Event-Team steht in jedem Fall mit Rat und Tat zur Seite und vermittelt gerne die richtigen

Partner, falls etwas nicht inhouse gestemmt werden kann. Wer sich sportlich betätigen möchte, kann auf dem Beachsoccer- beziehungsweise -volleyballplatz Turniere veranstalten oder seine Teilnehmer in der stehenden Welle namens Pororoca auf die Surfbretter bitten.

Große Konferenz? Kein Problem!

Aufgrund der ursprünglichen Bestimmung als Militärflughafen finden sich auf dem Gelände noch weitere Gebäude und Hangars, die im Zuge der Umnutzung nicht abgebaut wurden. Einer dieser ehemaligen Hangars, der etwas entfernt vom Dome verortet ist, fungiert heute als Konferenzzentrum. Die Kuppelform des



Gebäudes wurde zwar an sich erhalten, jedoch optisch etwas aufgebrochen, indem man nahezu das gesamte Konstrukt mit Glas verkleidete. Das dadurch einfallende Tageslicht schafft eine tolle Atmosphäre. 900 m² offeriert das Congress Center und erlaubt Empfänge mit bis zu 600 Personen, bei einer Konferenz sind es 500. Durch die etwas langgezogene Architektur ist außerdem eine gemischte Nutzung denkbar. Während im hinteren Teil getagt wird oder Produktpräsentationen stattfinden, kann im vorderen Teil, der eine vollausgestattete Bar bietet, genetztwerkelt oder gefeiert werden. Der Außenbereich des Conference Center kann ebenfalls in das Event-Konzept einbezogen werden.

Abgerundet wird das Angebot im Tropical Islands durch die zahlreichen Übernachtungsmöglichkeiten. Während im Dome selbst 190 Zimmer in unterschiedlichen Kategorien sowie 138 Zelte zur Verfügung stehen, gibt es in den Außenbereichen auf dem Gelände weitere 248 Ferienhäuser. Eine ausreichende Auswahl ist also sicher gestellt.

Zusätzlich zu den bereits vorhandenen Kapazitäten soll in diesem Jahr in der Nähe zum Dome ein weiteres Hotel mit 500 Betten und acht Bowlingbahnen entstehen.

Klein, aber fein

Ebenfalls noch im Unterspreewald gelegen, genauer gesagt in Schlepzig, findet sich das Spreewaldresort Seinerzeit.

Deutschlands größtes Tropenparadies ist vielseitig aufgestellt. Fast alle Bereiche unter und außerhalb des Dome sind für die MICE-Branche bespielbar.

Foto: Tropical Islands

41 liebevoll gestaltete Zimmer und Suiten können Gäste im Seinerzeit bewohnen. Dadurch liegt die Möglichkeit einer exklusiven Nutzung des Vier-Sterne-Hotels, auch für kleinere Gruppen, auf der Hand. Entsprechend der Zimmeranzahl sind die drei Tagungsräume ausgelegt. Der größte der Räume ermöglicht auf etwa 100 m² bis zu 76 Personen. Die beiden kleineren Säle (36 und 12 pax.) können sowohl einzeln als auch als Breakout-Räume bespielt



Gemütlich, vielseitig und mit Blick fürs Details präsentiert sich das Spreewaldresort Seinerzeit.
Foto: SPREEWALDRESORT Seinerzeit



Als Incentive oder Gruppenaktivität eine Paddeltour auf der Spree versteht sich von selbst. Bei Ausrüstung und Organisation helfen ortskundige Experten. Foto: Bootsverleih-Richter

→ werden. Allen gemein ist das individuelle Interieur-Design, das genauso freundlich, gemütlich und modern anmutet wie der Rest des Hauses.

Restaurant, Brauerei oder Terrasse

Außerhalb der Konferenzräume gibt es noch weiteren Spielraum für Events und Veranstaltungen, angefangen bei der Absack-Bar, die in der Mitte des Resorts liegt und somit alle Bereiche miteinander verbindet. Der Barbereich erstreckt sich auf etwa 100 m² und bietet im regulären Setup 30 Sitzplätze. Ergänzt werden diese durch die angeschlossene Terrasse, die in den wärmeren Monaten 120 Gäste unter den schattenspendenden Kastanienbäumen fasst.

Direkt von der Bar aus geht es in das Restaurant mit seinen 90 Sitzplätzen. In stillvoller Atmosphäre kann hier diniert oder gefeiert werden. Je nach Bestuhlungsvariante ändern sich die Kapazitäten entsprechend. Für kleine Gruppen ist außerdem das erhöhte Séparée des Restaurants interessant, in dem man recht ungestört sitzt und daher auch kleinere Meetings abhalten kann.

Etwas rustikaler geht es im Brauhaus zu. Abseits der Kupferkessel – in denen das hauseigene Bier gebraut wird – und bei offenem Kaminfeuer finden ca. 150 Gäste Platz. Wer sich dort niederlässt, sollte zusätzlich eine Braumeister-Führung in die Planung einbeziehen, um sich mehr über die Kunst des Brauens erklären zu lassen. Weitere Möglichkeiten bietet im Sommer der Biergarten (80 pax.).

Für denjenigen, der sich ganz unter freiem Himmel bewegen möchte, bilden Weidendom und Naturbühne den richtigen Rahmen, gutes Wetter vorausgesetzt. Der Weidendom ist zwar insbesondere bei Brautpaaren der bevorzugte Ort des Geschehens, lässt sich allerdings auch für andere Events hervorragend nutzen. Unter der aus Weiden „geflochtenen“ Kuppel sind Konferenzen mit bis zu 30 Personen möglich. Die Naturbühne erlaubt 60 bis 100 Personen.

Für Rahmenprogramme steht der resorteigene Kahnhafen als Option für Spreewaldkahnfahrten oder Kanutouren zur Verfügung. Die Kanäle rund um das Seinerzeit können auch ohne Vorkenntnisse befahren werden. Eine Karte der Umgebung ist allerdings unabdingbar und wird vor dem Start in jedem Fall ausgehändigt, da die Spree sehr viele Verzweigungen hat und man sich schnell verirren kann. Weitere Aktivitäten wie Bogenschießen können vom Team des Seinerzeit jederzeit auf dem Gelände organisiert werden.

Das Tor zum Spreewald

Aufgrund ihres prägnanten Stadttors und der Lage am südöstlichen Rand des Spreewalds wird die kleine Stadt Lübbenau auch als das Tor zum Spreewald bezeichnet. Daher verwundert es nicht, dass einer der größten Anbieter für Kanu- und Paddeltouren genau dort seinen Sitz hat. Je nach zeitlicher Verfügbarkeit organisiert das fachkundige Team vom Bootsverleih Richter individuelle Touren

in Kajaks, Kanus oder Kanadiern durch den Spreewald. Generell ermöglichen die vielen Wasserstraßen Touren mit einer Dauer von einigen Stunden und Tagen bis hin zu Wochen. Daher sind der Fantasie kaum Grenzen gesetzt. Auch bei der Gruppengröße ist man sehr flexibel. Mehrere Hundert Paddler sind kein Problem. Jedoch macht es entsprechend der Größe mehr Sinn, die Gruppe aufzuteilen und verschiedene Routen zu befahren, damit das Spreewald-Erlebnis erhalten bleibt. Veranstalter, die ihre Gruppen nicht unbedingt auf einzelne Boote verteilen möchten, können auf den Paddelkahn „WMR Spreewald“ zurückgreifen. Bis zu 32 Personen finden im Kahn Platz, mindestens müssen es allerdings 20 sein. Bei dieser Variante erhält jeder ein eigenes Paddel und das Boot muss im Team bewegt werden. Also nicht nur eine sportliche Aktivität und Erlebnis auf dem Wasser, sondern zugleich ein Teambuilding.

Noch tiefer in den Oberspreewald

Ein weiteres Zentrum für den Spreewald-Tourismus ist Burg. Rund um das kleine Städtchen, das eher Streusiedlung denn Stadt ist, präsentiert sich der Spreewald wohl in seiner noch ursprünglichsten Form. Die Spree ist hier noch deutlich verzweigter als im Unterspreewald und daher insbesondere für Kahnfahrten die erste Anlaufstelle.

Eine Adresse, die Planer vor Ort auf dem Zettel haben sollten, ist das Alte Backhaus. Auf einem etwa fünf Hektar großen Gelände liegt der ehemalige



Großzügige Außenbereiche und technische Ausstattung auf Top-Niveau: Das Alte Backhaus überzeugt einfach. Foto: Altes Backhaus



Der Schlangenkönig gehört fest zum MICE-Portfolio des Oberspreewalds, nicht zuletzt wegen der Event-Scheune und dem eigenen Kahnhafen auf dem Gelände. Foto: Dirk Meier

Bauernhof, der in liebevoller Kleinarbeit restauriert und umgebaut wurde. Einhalb Jahre dauerte das Projekt, bis schließlich im Oktober 2016 das neue Alte Backhaus seine Türen öffnete, dieses Mal als Eventlocation mit vier Ferienwohnungen für zwei bis sechs Personen, die auf mehrere kleinen Gebäude des alten Gehöfts verteilt sind.

In einem der Gebäude befinden sich im Erdgeschoss die beiden Veranstaltungsräume sowie zwei der Apartments im Obergeschoss. Während sich von außen an der alten Struktur des Gebäudes nicht viel geändert hat, präsentiert sich das Innenleben modern. Viel Tageslicht fällt durch die Sprossenfenster in den teilbaren Veranstaltungsraum des Alten Backhauses, in dem bis zu 50 Personen feiern oder tagen können. Aufgrund der zurückgenommenen Architektur können verschiedenste Set-ups realisiert und CI-Vorgaben des Kunden hervorragend umgesetzt werden. Die hochwertige Ausstattung sowie der hohe Anspruch der Betreiber an Design, Wohlfühlatmosphäre und effektive Arbeitsumgebung ermöglicht den richtigen Rahmen für jedes Event.

Der zweite, kleinere Veranstaltungsraum ist mit den gleichen technischen Voraussetzungen bestückt und lässt sich sowohl einzeln als auch in Kombination nutzen.

Für den kulinarischen Part der Veranstaltung steht eine vollausgestattete Küche bereit. Hier kann etwa vor Ort gekocht oder aber nur noch eine Verfeinerung der gelieferten Speisen vorgenom-

men werden. Beides ist möglich. Bei der Suche nach einem Caterer hilft das Team des Alten Backhauses gerne weiter.

Abgerundet wird das Angebot des Konferenzraumes durch die Terrasse, auf der es sich im Sommer mit Blick auf die Umgebung verweilen lässt. Apropos Sommer: Bei gutem Wetter ist das ganze Gelände als Location beispielbar. Gesetztes Dinner unter freiem Himmel, Outdoor-Events oder Teambuildings à la Couleur lassen sich sehr einfach realisieren.

Genauso modern, aber gleichzeitig sehr gemütlich und stilvoll präsentieren sich die Apartments. Viel Tageslicht, viel Holz mit darauf abgestimmten Akzenten sowie hochwertige Ausstattung sind die bezeichnenden Schlagwörter. Sollte die benötigte Bettenanzahl im Alten Backhaus einmal nicht ausreichen, gibt es mehrere Pensionen und Hotels in der Nähe, die in diesem Fall gerne aushelfen.

Eine Event-Scheune für die Veranstaltungen

Ebenfalls in Burg liegt der Schlangenkönig. Auch hier wurden alte Gebäude liebevoll restauriert beziehungsweise umgebaut. Heute ist der Schlangenkönig fester Bestandteil des Burger Hotelportfolios. Das inhabergeführte Vier-Sterne-Haus bietet seinen Gästen 16 Doppelzimmer, sieben Suiten und drei Ferienwohnungen. Das Design-Thema aller Zimmer und Apartments zielt auf ein rustikal gemütliches Ambiente. Um das zu erreichen, werden klassische Holzmöbel mit farblichen

Akzenten und unterschiedlichen Materialien kombiniert.

Das aus mehreren Gebäuden bestehende Ensemble offeriert eigentlich alles, was das Planerherz im Spreewald begehrt. Eine eigene Kahnabfahrtsstelle, verschiedene Tagungsräume für zwischen 10 und 50 Personen sowie die Eventscheune, die etwas abgesetzt in einem separaten Gebäude untergebracht ist. Erst 2019 wurde die Eventscheune eröffnet und ermöglicht Veranstaltungen mit bis zu 70 Personen. Neben der obligatorischen technischen Ausstattung für Seminare und kleine Konferenzen gibt es eine vollausgestattete Event-Küche, die sowohl für – geschäftliche und private – Feiern als auch für Koch-Events bespielt werden kann. Von der Empore aus, die oberhalb der Küche eingezogen und als gemütliche Bibliothek eingerichtet ist, überblickt man den unteren Bereich und kann zusätzlich kleine Gruppenarbeiten oder persönliche Gespräche organisieren.

Wenn der Tagungsraum nicht gleichzeitig als Location für Dinner oder Lunch dienen soll, können MICE'ler das Hofrestaurant in die Planung einbeziehen. Spreewaldtypische Gerichte sind ebenso Bestandteil der Karte wie die mediterrane Küche. Das als Wintergarten konzipierte Restaurant ermöglicht zu jeder Zeit den ungestörten Blick auf den umliegenden Spreewald und bietet bei einer Festtafel in U-Form Platz für bis zu 20 Personen. Entsprechend höher ist die Kapazität bei einer anderen Bestuhlungsvariante.

Historie und State-of-the-Art Technologie spielen perfekt in der HOFBURG Vienna zusammen

DIE RAHMENBEDINGUNGEN der Geschäftsfelder ändern sich in vielen Wirtschaftszweigen rasant. Als internationales Kongress- und Veranstaltungszentrum muss man mit diesen Entwicklungen nicht nur Schritt halten, sondern sie im Vorfeld antizipieren und Geschäftsstrategien proaktiv anpassen. Gestaltende Kreativität ist gefragt! Dabei gehe es nicht nur um physische, sondern auch um Ideen-Vielfalt und das Interagieren neuer Möglichkeiten, wie neuester Veranstaltungstechnologien und Digitalisierung.

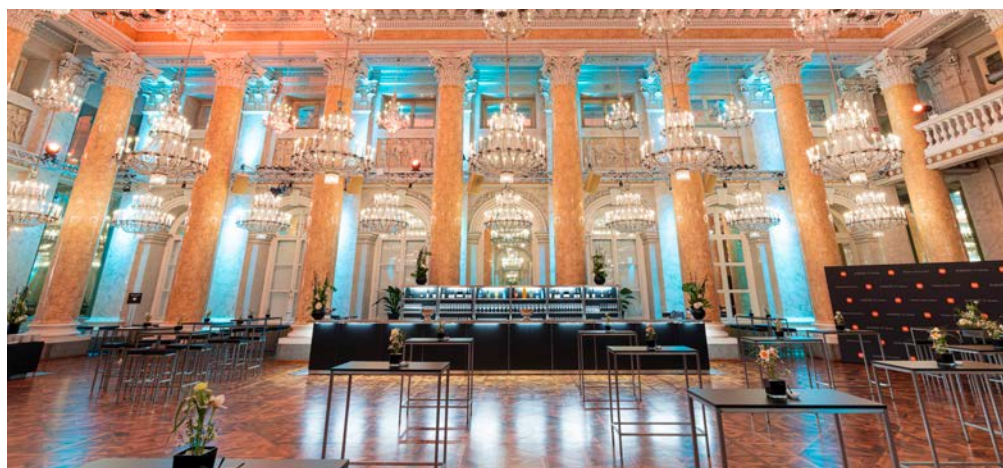
Gekonnte Bühnensettings mit der richtigen Ausleuchtung und Kameraführung, die ein perfektes Bild ergeben, sind mehr denn je gefragt. Einige Impressionen zeigen die Bilderwelten einer LED Wand im Festsaal, die sich später öffnete, um die Gäste zu einer eindrucksvollen Produktpräsentation einzuladen. Dies bei der Veranstaltung „Xiaomi 12 Series – CEE & Nordic Launch Event“

Die Kreativität liegt in der Gestaltung von Bewegtbildern. Einzigartiger Background und Atmosphäre spielen dabei eine entscheidende Rolle. Veranstaltungen sind heute inszeniert, interaktiv und multisensorisch. HOFBURG Vienna versteht sich als Full-Service-Partner für die Konzeption, Gestaltung, Planung und Umsetzung von Events.

„Wir waren, sind und bleiben Vorreiter der Diversität. Es geht darum, die Dinge aus einer neuen Perspektive zu sehen. Dies führt zu einer neuen Wahrnehmung und zu neuer Motivation. Um die Spitzenposition und Wettbewerbsfähigkeit langfristig zu sichern, werden zukunftsorientierte organisatorische, technologische und räumliche Konzepte für erfolgreiche Events laufend entwickelt. Veranstaltungen sind kreative Pools, lebendige Formate, die den Zeitgeist widerspiegeln.“, so die Geschäftsführerin Alexandra Kaszay. Auch so manches festliches Bankett zeigt die Vielfalt der Festsäle.

Durch gekonnte Set-ups und entsprechendes Ambientelicht wirkt der Zeremonienaal bei jeder Veranstaltung wieder anders. Die Bilder sprechen für sich.

Fotos: Hofburg Vienna





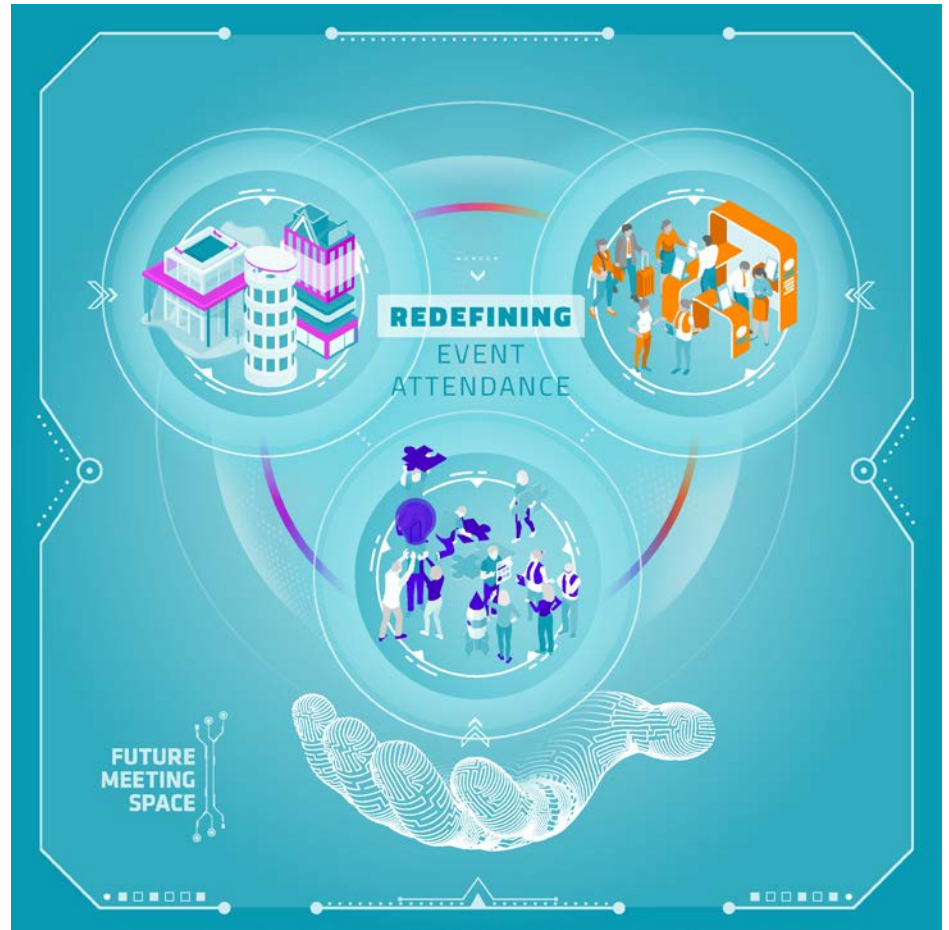
DURCH NEUE Mobilitätstrends und die zunehmende Digitalisierung hat sich das Reiseverhalten in den letzten Jahren stark verändert, sowohl privat als auch beruflich. Kosten und Nutzen werden immer stärker gegeneinander abgewogen – vor allem bei Veranstaltungen, die auch virtuell zugänglich sind. Die jüngst abgeschlossene Forschungsphase 2022 des Innovationsverbundes Future Meeting Space analysierte daher in insgesamt drei Befragungssprints die Anlässe, Motive und Gründe, die künftig für oder gegen die Teilnahme an Präsenzveranstaltungen sprechen.

Die Ergebnisse des ersten Befragungssprints zeigen: Networking und die Gewinnung neuer Ideen sind die Top-Gründe, um künftig persönlich an Veranstaltungen teilzunehmen. Die Ergebnisse unterstreichen zudem die Relevanz von sozialem Austausch: 91 Prozent aller Befragten gaben an, Veranstaltungen zum Networking zu besuchen. Eine große Rolle spielen Präsenzveranstaltungen auch als Ideen- und Inspirationsquelle. 82 Prozent sagen, dass sie bei Vor-Ort-Veranstaltungen neue Ideen gewinnen und für 74 Prozent sind diese zudem eine wichtige Abwechslung zum Büroalltag. Nachhaltigkeit wird ein immer wesentlicher Faktor: Rund 60 Prozent stimmen der Aussage zu, dass der Klimaimpact zukünftig bei Reiseaktivitäten mitberücksichtigt werden muss.

Geschäftsreisen als Faktor der Arbeitgeberattraktivität

Der Fokus des zweiten Befragungssprints umfasste die grundsätzliche Attraktivität von Reisen im beruflichen Kontext und deren Beitrag zu Personalgewinnung und -bindung. Es zeigt sich: Personen, die nach eigenen Angaben

Veranstaltungsbesuche inspirieren, motivieren und verbinden



sehr gerne reisen, platzieren Geschäftsreisen als Faktor zur Attraktivität und Bindung an ihren Arbeitgeber auf Rang 4 von insgesamt 17 abgefragten Faktoren. Im Vergleich zum kollegialen Austausch im Büro oder im Homeoffice besitzen Vor-Ort-Veranstaltungen eine überdurchschnittliche Inspirationskraft und übersteigen deutlich die Relevanz von virtuellen Meetings. Dabei ist für drei Viertel der Befragten ein unkomplizierter und überschaubarer Planungs- und Genehmigungsprozess ein wichtiger Attraktivitätsfaktor, der zukünftige Reisen entscheidend beeinflussen wird.

Leistungs- und Destinationsversprechen

Der dritte und letzte Befragungssprint der Forschungsphase 2022 analysierte Rahmenbedingungen und Leistungsbausteine von Business Events entlang der gesamten Customer Journey. Der Blick auf nationale und internationale

Teilnehmer*innen zeigt, dass die Faktoren Seamless Travel, Mikromobilität, Sicherheit und Hygiene sowie regionale und kulturelle Besonderheiten dazu beitragen können, die Reisemotivation bedeutend zu steigern. Seamless Travel, das heißt die Möglichkeit des nahtlosen Reisens, hat demnach für 90 Prozent der Teilnehmer*innen einen sehr hohen Stellenwert. Damit einher gehen Sicherheits- und Hygienestandards, die für 60 Prozent der Befragten die absolute Grundvoraussetzung bilden, um an einer Veranstaltung teilzunehmen. Ebenfalls relevant für zwei Drittel der Befragten sind die Nutzung klimaschonender Verkehrsmittel und die Kompensation der durch Veranstaltungen entstehenden CO₂-Emissionen. Die Themen Mikromobilität und kulturelle Erlebnisse vor Ort begeistern vor allem die 26-35-Jährigen sowie internationale Teilnehmer*innen. Daraus leitet sich die Kernerkenntnis ab,

Foto: iStock/sanjeri



dass der Erlebnis- und Kulturcharakter zu den absoluten Must-Have-Leistungsbausteinen zählt, um Teilnehmer*innen für eine Vor-Ort-Veranstaltung zu gewinnen.

Inspiration, Arbeitgeberattraktivität und Nachhaltigkeit

Die Essenz des gesamten Forschungsprozesses sind drei Kernelemente: Es zeigt sich erstens, dass Vor-Ort-Veranstaltungen vor allem durch ihre Inspirationskraft und den persönlichen Austausch überzeugen. Neue Ideen entstehen primär in der persönlichen Begegnung. Veranstaltungen besitzen weiterhin eine ungebrochene Strahlkraft, um Menschen zu inspirieren und Innovationen voranzutreiben. Das Eintauchen in die lokale Kultur und das Schaffen gemeinsamer Erlebnisse gelingt nur auf Live-Events. Mit seinen Stärken als nachhaltiger, authentischer und innovativer Tagungsstandort bietet Deutschland dafür ideale Voraussetzungen. In einer hoch digitalisierten Welt sehnen sich die Menschen nach authentischen Erlebnissen an realen Orten. Destinationen mit ihren Leistungs- und Erlebnisversprechen spielen dabei eine

Schlüsselrolle. Sie sind ein integraler Bestandteil zukunftsorientierter Veranstaltungen und können Teilnehmer*innen einen erheblichen Mehrwert bieten. Eine weitere Schlüsselerkenntnis ist, zweitens, das Thema Personalbindung und Arbeitgeberattraktivität. Veranstaltungen und Geschäftsreisen tragen nicht nur als relevantes Instrument zur Mitarbeitergewinnung bei, sondern fördern auch eine langfristige Bindung an das betreffende Unternehmen. Neben den bereits genannten Aspekten trägt drittens das Thema Nachhaltigkeit maßgeblich zur Entscheidungsfindung für oder gegen die Teilnahme an einer Veranstaltung bei – u.a. mit den Faktoren klimaneutrale Erreichbarkeit, Kompensation sowie regionales und saisonales Catering. **Grafik: GCB**

Die vollständige Studie „Redefining Event Attendance“ steht unter 2022: Redefining Event Attendance (gcb.de) zum kostenfreien Download zur Verfügung.



Matthias Schultze

Managing Director, GCB German Convention Bureau e.V.

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

Foto: Patrick Kuschfeld

**HEIDELBERG[®]
CONGRESS**

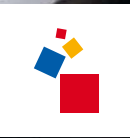
Save the Date
Eröffnung am 01.03.2024



Raum als Performance Heidelberg wird Kongress



HEIDELBERG-CONGRESS.COM



**Erst wenn Sie
strahlen, sind
wir glücklich.
Willkommen!**

**Smart Locations
und Full Services**

**Treffen Sie uns
auf der IMEX
Stand F030**

messe frankfurt

