

02/24 | November 2024 | 43. Jahrgang | 8,50 €

# convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



**Istanbul** | Female Leaders | Teneriffa | Samarkand  
Hilton | Kempinski | Katalonien | MeetingsForward



# In the heart of Frankfurt

## Smart Urban Living at its best

Visit us at [frankfurt.hilton.com](http://frankfurt.hilton.com)

Hilton Frankfurt City Centre  
Hochstrasse 4, 60313 Frankfurt am Main, Germany  
T: +49 (0) 13380 2220, E: [sales.frankfurt@hilton.com](mailto:sales.frankfurt@hilton.com)



# Hilton

FRANKFURT CITY CENTRE



*Und schon wieder ist ein Jahr irgendwie vorbeigerauscht ...*

*Fühlt es sich nur für mich so an, dass es gefühlt eigentlich noch Mitte des Jahres ist und nicht schon wieder knapp vor Weihnachten? Die Zeit rast. Und mit dem Ende des Jahres steht auch wieder die ibtm world in Barcelona an. Wir freuen uns bereits auf den Austausch mit Kollegen und Freunden und sind gespannt auf die Neuigkeiten, die es zu entdecken geben wird.*

*Aber natürlich haben wir die letzten Monate nicht weniger intensiv genutzt, um das ein oder andere für die Branche Interessante zu erkunden. So durften wir uns beispielsweise ein Bild von der MICE-Situation in Usbekistan beziehungsweise in Samarkand machen. Eine faszinierende Destination, die in Zukunft sicherlich einen festen Platz auf der Weltkarte von Planern haben sollte und wird. Außerdem begleiteten wir eine weitere MICE Trophy, dieses Mal ging es nach Istanbul. Dass die türkische Hauptstadt prädestiniert für MICE ist, erlebten wir hautnah und waren begeistert, sowohl von der Atmosphäre als auch von den Möglichkeiten. Darüber hinaus haben wir uns mit Marc Snijders, General Manager im Hilton Frankfurt City Centre, unterhalten. Denn das Haus in der Innenstadt der MICE-Metropole feierte in diesem Jahr sein 25-jähriges Jubiläum. Ein gelungener Anlass, sich auch zu branchenrelevanten Themen auszutauschen.*

*Wir wünschen Ihnen an dieser Stelle nicht nur viel Spaß beim Lesen dieser Ausgabe, sondern auch und insbesondere – im Anschluss an Messen und Veranstaltungen – einen hoffentlich ruhigen und schönen Ausklang des Jahres, verbunden mit den besten Wünschen für 2025.*

*Anna-Lena Graß*



Malta als Winter-Spot für MICE-Events? Absolut! Während anderswo Frost und Dunkelheit regieren, punktet Malta mit mildem Klima, pulsierenden Locations und einer einzigartigen Mischung aus Geschichte und modernem Lifestyle. Valletta, die historische Hauptstadt mit UNESCO-Status, bietet spektakuläre Event-Locations und lässt jede Konferenz zum Erlebnis werden. Alles ist nah – ob spektakuläre Outdoor-Aktivitäten, hippe Rooftop-Bars oder entspannte Networking-Sessions am Meer. Von maßgeschneiderten Teambuilding-Erlebnissen bis zu exklusiven Dinner-Events: Malta bringt frischen Wind und mediterranen Vibe in jedes MICE-Event – genau das Richtige für alle, die ein bisschen mehr wollen als nur Business-as-usual.

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



**Meet us  
@ ibtm world  
Stand: B60**

# Inhalt

November 2024



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

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

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

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



6

Beeindruckende MICE-Metropole. Istanbul überzeugt bei der MICE Trophy.

- |  |   |  |
|--|---|--|
| <b>6 Istanbul</b><br>Die MICE Trophy erkundet den Bosphorus                      | <b>26 Hotels</b><br>Hilton Vienna Waterfront  | <b>36 MICE Ladies</b><br>Save the date   |
| <b>16 Female Leaders</b><br>Theresa Keil, Head of Reservations, Wilderness Group | <b>27 Impressum</b>   | <b>38 Hotels</b><br>2x Kempinski, bitte!   |
| <b>18 Hotels</b><br>Hard Rock Hotel Tenerife                                     | <b>28 Samarkand</b><br>Silkroad Samarkand: Mehr als einen Blick wert                            | <b>44 Events</b><br>MeetCatalunya  |
| <b>24 Branche</b><br>Steff Berger im Interview                                   | <b>34 Hotels</b><br>Im Gespräch mit Marc Snijders, General Manager Hilton Frankfurt City Centre | <b>53 MeetingsForward</b><br>Twin Transformation: Die doppelte Dosis Zukunft für Business Events |



16

Female Leaders: Im Gespräch mit Theresa Keil, Head of Reservations bei der Wilderness Group

25 Jahre Hilton Frankfurt City Centre

34



44

MeetCatalunya zeigt Katalonien als Meeting Destination mit grünem Gewissen.



53

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



One-Stop, Global Access to Vetted, Local DMCs

500+ DESTINATIONS

100+ ELITE DMCs

1 GLOBAL SOLUTION

Attending IBTM?

I'll be there! Look for me at Stand N75



SEBASTIAN KUBIN Sales Representative

Scan to get my contact info



www.globaldmcpartners.com

# Merhaba Istanbul!

**Nach der MICE Trophy in Kolumbien ging es für die nächste Variante auf die Mittelstrecke: Istanbul erwartete uns. Getreu dem Konzept der MICE Trophy waren auch bei dieser Ausgabe mehrere Partner mit vor Ort. Neben lokalen Partnern wie den Hilton Hotels, Turkish Airlines und der DMC Universal folgten das Tourism Board Namibia, Visit Malta, Center Parcs und Mandarin Oriental der Einladung in die türkische Hauptstadt.**

**SCHON LANGE IST** die auf zwei Kontinenten liegende Stadt, die Ost und West miteinander verbindet, fester Bestandteil der MICE-Landkarte, rückte aber in den letzten Jahren – aus bekannten Gründen – in den Hintergrund. Dass die Bosphorus-Metropole MICE jedoch immer noch verdammt gut kann, zeigte sich bei unserem Besuch.

Per Direktflug ging es mit der Turkish Airlines, dem prädestinierten Partner, nach Istanbul – nicht nur aufgrund des hervorragenden Streckennetzes, sondern auch wegen Service, Verfügbarkeiten und dem Produkt an sich, das der National Carrier der Türkei mitbringt. Grundsätzlich gelangt man von nahezu jedem Flughafen in Deutschland, teilweise sogar mehrfach am Tag, nach Istanbul, was eine enorme Flexibilität für die Veranstaltung erlaubt. Hinzu kommen die weiteren Verbindungen aus Europa und dem Rest der Welt.

Nach etwa 2,5 Stunden setzte unser Flieger von Frankfurt auf dem internationalen Flughafen Istanbul auf. Nach der

Einreise und Gepäckannahme wurden wir vom Team der Universal DMC, DMC unseres Vertrauens in allen Belangen auf dem gesamten Gebiet der Türkei, in Empfang genommen. Anschließend ging es dann erst einmal ins Hotel, um sich für den Abend frisch zu machen. Der erste Programmpunkt führte uns ins Hilton Bosphorus.

## **Eine bedeutende Rolle**

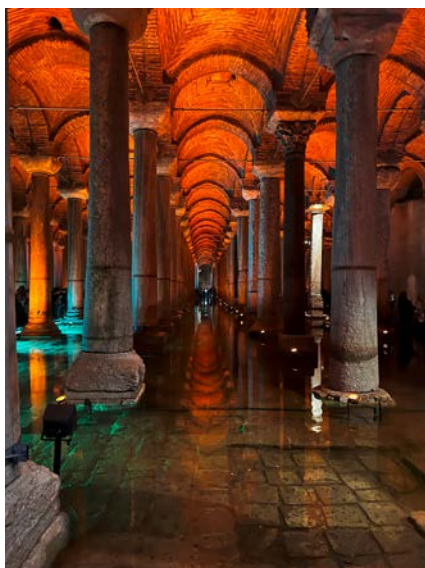
Das Hilton Bosphorus ist das erste Hilton, das außerhalb Nord- beziehungsweise Südamerikas erbaut wurde, und nimmt daher eine zentrale Rolle in der Expansionsstrategie der von Conrad Hilton gegründeten Hotelkette ein, aber auch in der Geschichte Istanbuls. 1955 war es nicht nur das erste moderne Hotel, das in Europa seine Türen öffnete, sondern zugleich auch das höchste Gebäude Istanbuls. Mit der Cloud 9 eröffnete zudem die erste Diskothek der Stadt und das Pilsen Pub brachte die erste Happy Hour an den Bosphorus.

Im kommenden Jahr feiert das direkt am Wasser gelegene Haus also sein 70-jähriges Jubiläum. In Vorbereitung auf dieses Ereignis wurde bereits 2023 mit der vollständigen Renovierung im laufenden Be-



trieb begonnen. Der linke Hotelflügel ist heute bereits renoviert, der rechte Hotelflügel sowie die öffentlichen Bereiche inklusive Lobby und Restaurant sind in Arbeit und kurz vor der Fertigstellung. Bis zum Jubiläum erstrahlt das gesamte Haus mit seinen 657 Zimmern und 13 Suiten in neuem Glanz und auch für Planer gibt es ganze 27 Meetingräume für Veranstaltungen mit bis zu 3.000 Personen – selbstverständlich ebenfalls frisch renoviert.

Auf einer den Meetingräumen vorgelagerten Terrasse erwarteten uns ein Welcome Drink, eine lange



Tafel und ein hervorragendes Grillbuffet, das kaum Wünsche offenließ. Somit zeigte schon der erste Programmpunkt der MICE Trophy Istanbul, mit welcher Professionalität, Gastfreundlichkeit und natürlich ausgezeichnetem Essen man als Planer rechnen und spielen kann.

### Schier endlose Möglichkeiten, um in die Geschichte einzutauchen

Der nächste Tag sollte dann ganz im Zeichen der glanzvollen und vielschichtigen Historie der Stadt stehen. Und wer sich in Istanbul aufhält, der muss ebendiese typischen Punkte unbedingt ins Programm einbauen. Mag die Stadt auch riesig sein, so lassen sich die historischen Highlights doch sehr gut in ein halbtägiges Rahmenprogramm packen.

Wir starteten unsere Erkundungstour am Hippodrom. Zwar befindet sich der heutige Sultan-Ahmed-Platz etwa zwei Meter über der ehemaligen Pferderennbahn, einige Bauwerke, wie die Schlangensäule oder der Obelisk des Theodosius, wurden freigelegt und sind daher heute wieder zu sehen. Und auch wenn das Hippodrom selbst nicht mehr erhalten ist, oder nur noch Teile davon, an Ort und Stelle lag das sportliche und soziale Zentrum Konstantinopels, der Hauptstadt des Byzantinischen Reichs, das als Einleitung in die Geschichte der Stadt daher prädestiniert ist.

Im Anschluss ging es für uns weiter in das Stadtviertel, das im Bereich der ältesten Siedlung von Byzantion liegt, die im 7. Jahrhundert v. Chr. gegründet wurde. Hier sind unter anderem die blaue Moschee, die Hagia Sofia und der Topkapi-Palast zu besichtigen, drei absolute Wahrzeichen.

Los ging es für uns mit der Hagia Sophia. Seit 537 n. Chr. steht die byzantinische Kirche für Gläubige offen. Durch die lange Geschichte des Bauwerks gibt es unendlich viel zu entdecken. Ins Auge sticht natürlich die architektonische Meisterleistung in Gestalt der imposanten Kuppel. Sehr interessant ist aber auch die Erlebbarkeit der verschiedenen religiösen Epochen und der damit einhergehenden Veränderungen. Sie kommen in den Wandbildern, den filigranen Mosaiken und dem beeindruckenden




---

**li.o.:** Nach einigen Longhaul-Destinationen ging es mit der MICE Trophy 2024 auch mal wieder auf die Mittelstrecke: Istanbul wartete. Foto: Norvan Screen/shutterstock.com

---

**li.u.:** Die unterirdische Zisterne muss man auf jeden Fall besuchen. Das Gewölbe birgt unfassbar viel Geschichte. Foto: CI

---

**re.u.:** Eine wahre Ikone: die Hagia Sofia. Foto: the hakanarslan / shutterstock.com

---





➔ Marmorschmuck zum Ausdruck. Ein bisschen Zeit sollte daher auf jeden Fall für eine Besichtigung eingeplant werden – am besten auch mit einem Guide, der die einzelnen Dinge in den richtigen Kontext setzen kann.

### Eine Stadt in der Stadt

Auf über 69 ha und bis zu 5.000 Bewohner zählend thronte der Topkapi-Palast über der Stadt und bildete eigentlich eine eigene Einheit innerhalb der Stadtgrenzen. Die ersten Gebäude auf dem Areal entstanden im 15. Jahrhundert unter der Führung von Sultan Mehmed II. Gemäß

der türkischen Tradition wurde nicht ein einzelner großer Palast errichtet, sondern mehrere Gebäude, verteilt auf einen großen Garten. Bis ins 18. Jahrhundert hinein fanden mehrere Renovierungen und Veränderungen des Geländes statt, die Grundstruktur von Sultan Mehmed II. wurde allerdings beibehalten. Die letzte große Erweiterung erfolgte 1840 mit dem Großen Pavillon. Heute umfasst der Palast vier Höfe, die durch verschiedene Tore miteinander verbunden sind. Und auch wenn bereits die schönen Gartenanlagen zum Verweilen einladen, zeugen gerade die Innenräume der Gebäude vom enormen Reichtum des Osmanischen Reichs und dessen Herrschern. Nur kostbarste Materialien wurden für die Innengestaltung verwendet. So finden sich tonnenweise Gold, Marmor, hochwertiges Mobiliar, erlesene Teppiche und Tropenhölzer in allen Gebäuden. Ein beeindruckendes Bauwerk, das unbedingt besucht werden sollte.

➔



### Verteilt im gesamten Stadtviertel

Nach dem Aufenthalt im Topkapi-Palast ging es für uns zum Lunch. Und das in einer besonderen Location

beziehungsweise einem Hotel mit besonderem Konzept: den Hagia Sophia Mansions, Curio Collection by Hilton.

Als einziges Haus der Hilton-Gruppe stellt es sich nicht als ein einziges Gebäude dar, vielmehr erstreckt sich der Hotelbetrieb über 17 historische Herrenhäuser rings um die Hagia Sophia, Mansions eben. Diese können zum Teil auch exklusiv gebucht werden, insbesondere für kleine Gruppen. So sind in der Hyacinth Mansion beispielsweise zwei Suiten und eine Junior-Suite untergebracht. Teilweise liegen die Mansions auch nebeneinander, was wiederum größeren Gruppen die Möglichkeit eröffnet, die Mansions zu bespielen.

Wir durften zwar nicht einziehen, konnten uns dafür aber am fast schon verwunschenen Garten des Restaurants im Haupthaus erfreuen. Alter Baumbestand, ➔

---

**li.o.:** Geschichte und Opulenz pur finden sich im Topkapi-Palast nahezu an jeder Ecke. Foto: RuslanK-photo / shutterstock.com

---

**re.o.:** In unmittelbarer Umgebung zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten finden sich die Hagia Sophia Mansions, ein einzigartiges Konzept unter dem Dach der Hilton-Gruppe. Foto: Hilton Hotels

---

**li.u.:** Der erste Tag stand ganz im Zeichen der Geschichte Istanbuls: Teilnehmer und Partner ließen sich ganz auf die Stadt am Bosphorus ein. Foto: CI

---





# DIE LOCATION FÜR MOMENTE DER FREUDE.

BMW WELT – WO EVENTS ZU UNVERGESSLICHEN  
ERLEBNISSEN WERDEN.

 BMW WELT EVENTS.



Jetzt  
mehr  
erfahren



Nicht nur von außen überzeugt das Mandarin Oriental Istanbul: 100 Zimmer und Suiten sowie ein großzügiger Eventbereich sprechen für sich. Fotos: Mandarin Oriental



→ ein riesiger Springbrunnen und das ehemalige Herrenhaus machen diesen Garten zu einem Ort, der zum Verweilen und Genießen einlädt, sei es nur die Atmosphäre oder aber die lokal inspirierten Gerichte, die das Küchenteam kredenzt.

Für uns ging es nach dem Lunch noch zu einer kleinen Site-Inspection. Per Golf-Buggy, übrigens das Standard-Fortbewegungsmittel zwischen den einzelnen Häusern, fuhren wir zum Spa. Warum ist das erwähnenswert? Weil es etwas Besonderes ist. In einer etwa 500 Jahre alten Zisterne ist dieses Spa nämlich unterge-

bracht. Unterhalb des Backsteingewölbes finden sich sowohl die Treatmenträume als auch ein beheizter Indoorpool.

Nach unserem entspannten Lunch in den Hagia Sophia Mansions statteten wir der Blauen Moschee noch einen Besuch ab. Hier sei allerdings angemerkt, dass es je nach Besucherandrang sehr lange dauern kann, bis man ins Innere gelangt. Wir blieben daher im Hof des – vor Ort eher als Sultan-Ahmed-Moschee bekannten – rituellen Ortes. Aber auch von hier aus sieht man die zahlreichen blau-weißen Fliesen, die die Hauptkuppel und die

oberen Teile der Mauern schmücken. Die Blaue Moschee gilt außerdem als eines der Hauptbauwerke der osmanischen Architektur und darf schon aus diesem Grund auf keiner Agenda fehlen.

Den Abschluss der Entdeckungstour mit Istanbuls Sehenswürdigkeiten markierte der Besuch des Kapalı Çarşı, zu Deutsch des Großen Basars. 31.000 m<sup>2</sup> mit bis zu 4.000 Geschäften warten auf die Besucher. Ursprünglich im 15. Jahrhundert erbaut, zeigt der Basar noch heute die gleiche Struktur. Die verschiedenen Geschäfte sind nach Branchen sortiert und die jeweiligen Straßennamen helfen bei der Orientierung. Von Silberwaren über Teppiche bis hin zu Antiquitäten findet sich unter den zahlreichen Kuppeln und Gewölben eigentlich alles, was das Herz begehrt. Wer seinen Gruppen etwas Gutes tun möchte und die entsprechende Zeit zur Verfügung hat, sollte dementsprechende Freizeit für den Kapalı Çarşı einplanen und die Teilnehmer durch die Hallen schlendern lassen. Handeln ist übrigens ein Muss!

### Ein Hamam ist auch etwas für MICE-Gruppen

Außerdem nutzen wir noch die Chance, einen Blick in eines der – in der Nähe des Großen Basars liegenden – bekanntesten Hamams der Stadt zu werfen. Cağaloğlu-Hamam wurde 1742 erbaut und ist das letzte Beispiel seiner Art, das in Istanbul errichtet wurde. Der Empfangsbereich ebenso wie die weiteren Bereiche zeugen noch heute von der alten Architektur und nehmen Gäste mit auf eine Zeitreise in das Osmanische Reich des 18. Jahrhunderts. Interessant für Planer wird das Hamam allerdings nicht nur aufgrund seiner Geschichte. Vielmehr lässt sich das türkische Bad für Gruppen buchen oder sogar ganz privatisieren. Durch das dort befindliche Restaurant inklusive Bar und charmanter Dachterrasse können hier eindrucksvolle Erlebnisse geschaffen werden.

### Direkt am Wasser

Nach diesem ereignisreichen Tag ging es erst einmal zurück ins Hotel für eine kurze Verschnaufpause. Am Abend stand

dann eine der Hotelikonen der Stadt auf dem Plan: das Mandarin Oriental Istanbul. Das Home-away-from-Home für die MICE-Trophy-Teilnehmer sollten wir zunächst bei einer Site-Inspection näher kennenlernen. Und es gibt wirklich viel zu entdecken in diesem Fünf-Sterne-Haus mit 200 m langer Uferlinie direkt am Bosphorus und über 100 Zimmern und Suiten. Mit 44 m<sup>2</sup> startet die kleinste Zimmerkategorie und gipfelt mit 474 m<sup>2</sup> in den Royal Bosphorus Suites.

Ähnlich großzügig gestaltet sich der Meetingbereich des Hauses. Neben einem 1.670 m<sup>2</sup> großen Garten, der für Events bespielt werden kann, sind die klassischen Varianten wie der Bosphorus Ballroom (600 pax.) nicht weniger beeindruckend. Das mondäne Ambiente verleiht wirklich jeder Veranstaltung den richtigen Rahmen. Nicht klassisch, aber dafür enorm flexibel ist der Chrystal Event Space mit seinen 1.200 m<sup>2</sup> im Loft-Stil. Wer mit einer kleineren Gruppe im Mandarin ist, hat allerdings noch eine ganz besondere Möglichkeit: den Oriental Meeting Room. Das Interieur-Design erinnert an einen luxuriösen Bahnwaggon aus vergangenen Zeiten und sprüht sprichwörtlich vor Charme. Die lange Tafel ermöglicht sowohl kleine Konferenzen als auch stilvolle Dinner oder Lunches. Sicherlich etwas, das man nicht alltäglich sieht.

Nach einem hervorragenden Dinner mit köstlichen Kleinigkeiten und Live Cooking in einer der Suiten mit Blick auf den Bosphorus endete der zweite Tag in Istanbul.

### Ein Workshop am Morgen

Der nächste Tag startete in einem unserer Partner-Hotels vor Ort: dem Hilton Istanbul Bomonti Hotel & Conference Center. Wie der Name schon vermuten lässt, finden sich hier große Kapazitäten sowohl hinsichtlich der Zimmer als auch im Konferenzbereich. 829 Zimmer und Suiten verteilen sich auf den 34 Stockwerke hohen Hotelurm, der trotz seiner Größe sehr filigran wirkt. Der Konferenzbereich erstreckt sich über fast 12.000 m<sup>2</sup> und bietet 35 verschiedenen große Meetingräume, darunter gleich zwei Ballsäle, für 17 bis hin zu 6.000 Gästen pro Veranstaltung. Ergänzt wird das Portfolio um eine Ter-

rasse für beispielsweise stimmungsvolle Dinner oder Events. Dieser beeindruckende Veranstaltungsbereich wurde auch Schauplatz des MICE-Trophy-obligatorischen Workshops. In kurzen Vorträgen können die Teilnehmer hier noch einmal nähere Infos zu den mitgereisten Partnern erhalten.

Nach diesem informativen Start in den Tag ging es für uns zu einem weiteren Hilton der Stadt, dem Conrad Istanbul Hotel. Insbesondere in der Größe des Konferenzbereichs ähnelt das Conrad dem Bomonti. Neben dem eleganten Ballsaal (1.200 pax.) finden sich 34 weitere Meetingräume, die nahezu jede Veranstaltungsgröße erlauben. Abgerundet wird das Angebot durch die Panoramaterrasse. Bis zu 240 Gäste können hier mit Blick auf die Altstadt und den Bosphorus unter freiem Himmel feiern – sicherlich mehr als nur eine Überlegung wert. Mit 553 Zimmern ist es etwas kleiner als das Bomonti, was aber nicht stört, da sich im Zweifel noch weitere Hotels in der näheren Umgebung befinden.

Nach der Site-Inspection und einem Lunch erwartete uns dann das ICC, das Istanbul Congress Center. Das klassische Konferenzzentrum bietet enorme Flexibilität in seinen Räumlichkeiten und lässt eigentlich nichts vermissen. In direkter Nachbarschaft befindet sich außerdem das Hilton Istanbul Bosphorus, und auch das Hilton Bomonti ist nicht weit entfernt. Somit stehen auch genügend Hotelzimmer für Konferenzteilnehmer oder Messebesucher zur Verfügung.

Auf insgesamt acht Ebenen verteilen sich die verschiedenen Hallen, Säle und Räume. Diese sind von der knapp über 1.000 m<sup>2</sup> großen und lichtdurchfluteten Foyer-Ebene aus über Rolltreppen und Auf-

züge erreichbar. Auf den beiden darunter liegenden Ebenen B1 und B2 befindet sich mit dem Hayble Auditorium (3.555 pax.) der größte Raum des Ensembles. Noch eine Ebene weiter unten sind die Workshopräume des ICC verortet, die zwischen 17 und 168 m<sup>2</sup> variieren und begleitend zu Veranstaltungen oder einzeln bespielt werden können. B4 und B5 sind die Messe- und Ausstellungsflächen. 4.288 m<sup>2</sup> beziehungsweise 10.288 m<sup>2</sup> können hier mit Messeständen oder Ausstellungen gefüllt werden. Abgerundet wird das Angebot mit der 9.609 m<sup>2</sup> großen Terrasse. Mit Blick auf den Bosphorus finden hier Outdoor-Veranstaltungen und große Hochzeiten den richtigen Rahmen.

### Istanbul + Streetfood = eine untrennbare Beziehung

Istanbul ist bekannt für seine lebendige Streetfood-Szene. Genau deswegen ging es für uns auch auf eine kleine Tour auf der Istiklal Street. Doch wir liefen nicht einfach nur gemeinsam von A nach B, denn unsere Streetfood-Tour war als Trophy ausgelegt. Eingeteilt in mehrere Gruppen, mussten wir unseren Weg entlang der berühmten Shoppingmeile der Stadt finden und durften an verschiedenen Stationen die kleinen Köstlichkeiten der türkischen

Entlang der Istiklal-Straße können und sollten auch unbedingt Streetfood-Touren organisiert werden. Foto: CI





Küche genießen. Von Baklava über Köfte Raki stand alles auf der Karte. Nebenbei konnten wir Istanbul aus einer anderen Perspektive kennenlernen. Die kleinen Seitenstraßen, die vielen Restaurants und Cafés der Stadt und die belebte Innenstadt muss man einmal selbst erlebt haben, um die Faszination Istanbul in Gänze zu erfassen. Denn auch wenn natürlich alle namhaften Marken und Shops vertreten sind, gibt es noch viel Einzelhandel vor Ort und traditionsreiche Geschäfte beziehungsweise Restaurants, die seit Generationen als Familienbetriebe geführt werden. Verantwortlich für die Ausführung der Foodie Tour zeichnete das Fine Catering Unternehmen Concept Team. Denn

die sogenannten Street Bites sind eines der Konzepte, die das kreative Team um Attila Acet anbietet. Darüber hinaus zählen hochwertiges, kreatives und ausgezeichnetes Catering für Veranstaltungen, Event-Konzepte oder inspirierende Kochkurse zu den Steckenpferden der Agentur.

### Mit Blick auf das Marmarameer

Last but not least sollten wir das Hilton Barkirkoy an unserem letzten Abend in Istanbul kennenlernen. Knapp 2.300 m<sup>2</sup> stehen Planern im Veranstaltungsbereich des Hauses zur Verfügung sowie 306 Zimmer und Suiten. Auf uns wartete zunächst die Executive Lounge, die auf den oberen Etagen des Hotels angesiedelt ist und mit

einem Panoramablick über das Marmarameer punktet. Im Anschluss wartete dann noch ein Mehr-Gänge-Menü im Hotelrestaurant auf uns. Während wir die äußerst kreativen Speisen genossen, tauschten wir uns über die letzten Tage aus und konnten uns ein weiteres Mal vom hohen Maß an Gastfreundlichkeit überzeugen.

### Ein Palast und eine entspannte Bootstour

Der nächste Morgen markierte dann auch schon den Abreisetag der MICE Trophy Istanbul. Aber selbstverständlich wartete noch ein kleines Highlight auf uns.

Zunächst machten wir uns auf den Weg in den asiatischen Teil der Stadt. Insgesamt drei Brücken verbinden die beiden Kontinente innerhalb Istanbuls und machen den Übergang damit recht einfach. Allerdings sollte man immer – und das gilt für alle Aktivitäten in Istanbul – auf das hohe Verkehrsaufkommen achten und Transfers entsprechend planen.

Auf der asiatischen Seite angekommen galt es, den Beylerbeyi-Palast zu erkunden. Der als Sommerresidenz für den Sultan und seine Familie zwischen 1861 und 1865 erbaute Palast fungiert heute als Museum und gilt als eines der Juwelen Istanbuls. Die opulente Ausstattung im Inneren und die terrassenartig angelegten Gärten sind in jedem Fall beeindruckend und man sollte genug Zeit mitbringen, um alles auf sich wirken zu lassen.

Der letzte Programmpunkt zeigte uns dann noch einmal die Stadt, die Okzident und Orient vereint, vom Wasser aus. Nur einen kleinen Fußweg vom Beylerbeyi-Palast entfernt befindet sich ein Bootsanleger, der für solche Zwecke genutzt werden kann. Die Länge der jeweiligen Touren lässt sich individuell mit dem Team der Istanbul Sunset Cruise besprechen.

Im Anschluss hieß es dann Abschied von Istanbul nehmen und zurück an den Flughafen. Von dort aus ging es dann wieder zurück nach Köln beziehungsweise Frankfurt. Teşekkürler Istanbul! (ag)




---

**li.o.:** Istanbul erschmecken: Auch wir begaben uns auf Spurensuche durch das Istanbul für Foodies. Fotos: CI

---

**li.u.:** Noch einmal einen anderen Blickwinkel auf die Stadt am Bosphorus erhielten wir auf unserer Bootstour, kurz bevor es zurück zum Flughafen ging.

---

# *Der perfekte Rahmen für Events.*



unlimited

INNSBRUCK CONVENTION BUREAU – IHR PARTNER FÜR ALPIN-URBANE ERLEBNISSE.  
WWW.INNSBRUCK.INFO/CONVENTION  
#INNSBRUCKCONVENTIONBUREAU

**INNS'  
BRUCK**

Foto: Innsbruck Tourismus / Mein

# „Neuer Markenauftritt des Congress Centrum Alpbach: Begegnungen im Zeichen der Zukunft“

Schon seit 80 Jahren ist Alpbach ein bedeutender Ort für nationale und internationale Kongresse und Tagungen. Das Congress Centrum Alpbach (CCA) bildet das Herzstück. Mit neuem Corporate Design und klarem Fokus spiegelt sich die nachhaltige Ausrichtung wieder.



Das CCA, mitten im Dorf Alpbach – hier gelingen nachhaltige Begegnungen Foto: EFA, Philipp Huber

**DAS CCA IST** die Drehscheibe für Veranstaltungen und bietet seinen Kunden umfassenden Service. Mit fundierter Expertise steht das gesamte Team den Veranstaltern beratend zur Seite, um Events im Alpbachtal so nachhaltig wie möglich zu gestalten. In einem kreativen Weiterentwicklungsprozess, wurde diese „Berater-Rolle“ des CCA-Teams noch deutlicher herausgearbeitet. „In der Praxis bedeutet das, dass wir unsere Kundinnen und Kunden nicht nur in der Ausführung unterstützen, sondern auch im Eventdesign umfangreich beraten. Der Trend entwickelt sich weg von klassischen Vorträgen hin zur kommunikativen Begegnung“, so Kahn. Das beste Beispiel ist das alljährliche „European Forum Alpbach“. Auch dieses Jahr trafen sich im August rund 4.000 Menschen im Alpbachtal, darunter 500 internationale Studentinnen und Studenten, um an der Zukunft Europas zu arbeiten. Umgesetzt werden dabei sehr kreative Formate wie beispielsweise „Stage-Sessions“, die kurzen, präzisen Fachinput geben. Vertieft wird die Diskussion dann bei sogenannten „Chats“ in kleinerer Runde oder „Hikes“, also thematischen Spaziergängen und Wanderungen in der wunderbaren Natur des Alpbachtals.

## Neuer Auftritt macht Philosophie sichtbar

Im Rahmen des Weiterentwicklungsprozesses hat das CCA nicht nur seine Beratungsrolle ausgebaut, sondern auch den gesamten Markenauftritt erneuert. „Das Congress Centrum Alpbach ist ein Ort für inspirierende und lebendige Begegnungen, bei dem Nachhaltigkeit in all ihren Facetten im Mittelpunkt steht. Unser Markensteckbrief und das neue Logo spiegeln genau das wider. Die Initialen ‚CCA‘ symbolisieren zwei Gesichter, zwei Menschen, die sich inmitten der Natur begegnen. Die Farbwahl in Grün und Beige verstärkt diese Botschaft und zeigt die enge Verbindung mit dem Alpbachtal“, erklärt Thomas Kahn. Der neue Markenauftritt wird auch durch eine innovative Website präsentiert: „Auf [www.congressalpbach.com](http://www.congressalpbach.com) bieten wir unseren Kunden eine schnelle und intuitive Übersicht über die vielfältigen Möglichkeiten, die wir anbieten. Technisch wurde die Website komplett erneuert und ermöglicht nun eine noch engere Zusammenarbeit mit unseren Partnern Alpbachtal Tourismus und Skijuwel Alpbachtal Wildschönau.“

Im Herbst 2024 erwartet das Congress Centrum Alpbach zahlreiche Veranstaltungshighlights, die inspirierende Begegnungen fördern und innovative Themen

rund um Nachhaltigkeit, Wirtschaft, Gesellschaft und Wissenschaft in den Fokus stellen:

- 38. Alpbacher Finanzsymposium, Oktober
- Jahrestagung Kleinwasserkraft Österreich, Oktober
- 31. Internationaler Kongress Essstörungen, Oktober
- Arrow Forum Alps 2024, Oktober
- respACT – Initiativkreis für nachhaltiges Wirtschaften, November
- Lions Club Kabarett „Das Restaurant“ mit Rubey und Schwarz, Dezember

## Was hat der Kunde davon?

In Alpbach fühlen sich Gäste rasch als Teil des Dorfes, Veranstaltungen gewinnen dadurch eine besondere Dynamik. Der Erfolg wird verstärkt, Wissen bleibt langfristig verankert, und Kreativität fließt freier, wenn äußere Ablenkungen minimiert werden – das macht den Erfolg nachhaltig.

Und auf das Thema „Nachhaltigkeit“ setzt das Team im Congress Centrum Alpbach schon seit rund 15 Jahren, sagt Thomas Kahn: „Es ist in unserer Unternehmensphilosophie fest verankert und ganz viele unserer Partner gehen diesen Weg gemeinsam mit uns. Wo würde es mehr Sinn machen, Nachhaltigkeit und Green Meetings umzusetzen, als mitten in der Natur. Dabei ist uns wichtig, dem Thema mit Hausverstand zu begegnen. Es muss praxistauglich sein.“ Das CCA und das gesamte Dorf sind Orte für inspirierende Begegnungen. Und genau darauf kommt es an, denn die Veranstaltungswelt hat sich in den letzten Jahren verändert. „Beim physischen Treffen wollen die Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen guten Rahmen für den persönlichen Austausch, damit sowohl neue Ideen als auch gemeinsam Lösungen erarbeitet werden können und Geschäftsbeziehungen und Zusammenarbeit entstehen. Wir können diesen Rahmen für lebendige und kreative Live-Formate bieten“, erzählt Thomas Kahn, der Geschäftsführer des CCA.

# HOFBURG Vienna – Inbegriff der Veranstaltungswelt!

In der internationalen Kongress- und Eventlocation im Herzen von Wien ist die Themenvielfalt im Herbst heuer extrem abwechslungsreich.



Mag. Alexandra Kaszay, GF. Foto: HOFBURG Vienna, Jana Madzigon

**DER EVENTHERBST UND** die kommende Veranstaltungssaison 2025 versprechen bereits jetzt ein breites Spektrum an internationalen Treffen in den Räumlichkeiten, mit faszinierender Pracht oder aber auch modernem Purismus. Da ist im kommenden Jahr viel in Bewegung!

## Im Gespräch mit GF Alexandra Kaszay:

### Wie sieht das Eventjahr 2025 aus?

Wir dürfen uns nach der beliebten HOFBURG Ballsaison 2025 mit 17 Bällen auf einige namhafte internationale Kongresse freuen, wie zum Beispiel der D/Ö Aids Kongress „HIV im ¾ Takt“ vom 20. – 22.03.2025 oder in der zweiten Jahreshälfte die ÖGDV Dermatologie Tagung 2025. Das bereits zum wiederholten Male in der HOFBURG Vienna stattfindende OPEC International Seminar 2025 aber auch auf Grund etlicher Neu-Akquisitionen ist das Management der HOFBURG Vienna fokussiert weiterhin die gute Positionierung am internationalen Markt fortzuführen.

### Wo liegen die Trends?

Eine Mischung aus Inspiration, Information und technical innovation ist gefragt und unsere Leidenschaft. Es zeichnet den Spirit der HOFBURG Vienna aus. Durch die Realisierung einer neuen Visual Identity und der Einsatz führender Technik-Tools wird die gesamte Atmosphäre einer Veranstaltung geprägt – gleich ob bei einem wissenschaftlichen Kongress oder einer effektvollen Abendveranstal-

tung. Es gilt Emotionen zu kreieren, ob durch eindrucksvolle 3D Videomappings oder effektvolle Panoramaprojektionen in den Festsälen, die alle eine Geschichte erzählen.

Besonders reizvoll sind die unterschiedlichsten Veranstaltungskonzepte in der HOFBURG Vienna. Wir setzen auf flexible Formate, sehen von „Standardevents“ ab und entwickeln mit jedem unserer Kund:innen individuelle Eventdesigns.

### Was wird die Eventbranche weiterhin beschäftigen?

Es ist unser Ziel, dass Veranstaltungen nicht nur kurzfristige Ziele erreichen, sondern auch langfristige positive Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft haben. Wir müssen achtsam mit unseren Ressourcen in einer zunehmend komplexeren Welt umgehen. Nachhaltigkeit ist für uns mehr als ein Schlagwort. Dabei setzen wir auf die drei Säulen: wirtschaftliche, ökologische und soziale Verantwortung. Nicht nur finanzielle Effizienz ist zu gewährleisten, sondern auch die ökologischen Auswirkungen sind zu minimieren und soziale Belange zu berücksichtigen. Damit soll sichergestellt werden, dass durch nachhaltige Prinzipien, die in das Eventmanagement integriert werden, negative Auswirkungen reduziert und positive Veränderungen gefördert werden.

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

Anzeige



©: Cornelia Kindsvater

treffpunkt  
erfolg



Wir sind für Sie da.  
Kompetent. Flexibel. Erreichbar.

Bei der Messe Augsburg bieten wir Ihnen kurze, schnelle und flexible Lösungen – und punkten mit zahlreichen Vorteilen:

- modulare Hallenaufteilung für parallellaufende Veranstaltungsformate
- ein Tagungscenter, das sowohl autark als auch integriert mit unseren Messehallen nutzbar ist
- Parkplätze direkt vor der Tür
- Stadtkernnähe und Erreichbarkeit mit dem ÖPNV



Jetzt informieren –  
oder gleich  
Kennenlerngespräch  
vereinbaren!

  
messe **augsburg**

# „Ein Einzelner kann einen Unterschied machen, aber ein Team kann ein Wunder bewirken“

**Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Theresa Keil, Group Head of Reservations beim Öko-Safarianbieter Wilderness.**



Foto: Wilderness

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

Meine Karriere in der Hotelbranche startete vor 28 Jahren. Nach der Schule hatte ich Hotelmanagement studiert, woraufhin meine berufliche Reise begann. Zunächst arbeitete ich in Hotels, gefolgt von Luxus-Safari-Lodges und bei DMCs und landete anschließend in der MICE-Branche. Den größten Teil meiner Karriere habe ich für zwei weltbekannte Safariketten gearbeitet. Zwischendurch habe ich auch mein eigenes Unternehmen für Vertrieb und Marketing gegründet. Meine Karriere hat mir die Möglichkeit eröffnet, einige der schönsten Teile Afrikas zu bereisen und gleichzeitig international unterwegs zu sein, um dieses wundervolle Reiseziel zu bewerben.

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

Die MICE-Branche ist voller Herausforderungen und Abenteuer und bietet unendlich viele Möglichkeiten, das Leben von Menschen zu verändern. Die Organisation von Incentives oder großen Veranstaltungen erfordert viel Planung und Liebe zum Detail. Ein erfolgreiches Programm kann dich an deine Grenzen bringen und deine Kreativität herausfordern, aber genau das macht es so besonders und lohnenswert.

MICE-Reisen entstehen sehr oft aus dem geschäftlichen Umfeld heraus. Daher kann es vorkommen, dass die Wahl des Reiseziels nicht unbedingt den individuellen Vorlieben des Reisenden entspricht. In dieser Branche zu arbeiten,

gibt mir jedoch die Möglichkeit, den Geist der Menschen für neue Reiseziele zu öffnen. Dies führt dazu, dass sie mehr über die Welt erfahren, in der wir leben, und wie es durch Luxus-Ökotourismus möglich ist, allein durch Reisen etwas zu bewirken.

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

Ich würde sagen, dass mangelndes Selbstvertrauen und die Angst, sich zu äußern, für viele Frauen auch heute noch ein Hindernis darstellen. Es ist nicht immer einfach, schwierige Gespräche zu führen und das Selbstbewusstsein zu haben, den eigenen Standpunkt zu vertreten. Frauen fühlen sich in einem von Männern dominierten Umfeld möglicherweise einge-



schüchtern, ihre Meinung zu sagen. Wir sollten an uns selbst und die Positionen, die wir in unseren Unternehmen innehaben, glauben – uns gleichzeitig darüber bewusst sein, dass wir diese Rollen nicht hätten, wenn wir sie uns nicht durch Erfolg verdient hätten. Frauen verfügen über ein breites Spektrum an Fähigkeiten, die uns vielseitiger machen, insbesondere im MICE-Sektor, wo je nach Art der Anfrage so viele unterschiedliche Fähigkeiten erforderlich sind.

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

Ich hatte das Glück, für Unternehmen zu arbeiten, die inklusive Werte verfolgen. Diese Werte haben zu unterschiedlichen Denkweisen und damit zu einem besseren strategischen Wachstum geführt. Tatsächlich haben wir einen viel höheren Anteil an Frauen in unserem Unternehmen und die kontinuierliche Zunahme von Frauen in Führungspositionen ist eine spannende Entwicklung. Gleichberechtigung auf der Grundlage von Leistung sollte den Weg weisen und nicht das Geschlecht.

„Die MICE-Branche ist voller Herausforderungen und Abenteuer und bietet unendlich viele Möglichkeiten, das Leben von Menschen zu verändern.“

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

Ich habe die Ehre, für Wilderness die Reservierungsteams des mittleren Managements zu leiten, und ich glaube an das Zitat: „Ein Einzelner kann einen Unterschied machen, aber ein Team kann ein Wunder bewirken.“ In Führungspositionen geht es um effektive Kommunikation und das Vorgeben einer klaren Richtung, bei der eine Gruppe von Menschen ihre gemeinsamen Ziele auf denselben Zweck und die gleiche Leistung ausrichtet. Respekt, Ehrlichkeit und Vertrauen sind mir wichtig und ich halte diese Werte im alltäglichen Miteinander hoch. Meine Tür steht immer offen und ich glaube, dass alle Herausforderungen im Team gemeinsam gemeistert werden können.

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

Zu Beginn meiner beruflichen Laufbahn hatte ich das Privileg, mit Les Carlisle

(ehemals Group Conservation Manager bei &Beyond) zusammenzuarbeiten. Er besuchte unser Büro in Johannesburg, berichtete über aktuelle Naturschutzprojekte und beendete seinen Vortrag stets mit den Worten: „Und deshalb haben Sie sich heute durch den Verkehr gekämpft, um zur Arbeit zu kommen.“ Ich wusste, dass ich Teil von etwas Größerem war und etwas bewirken konnte, selbst, während ich in einem Büro in der Stadt saß. Ich habe mit großartigen Führungskräften zusammengearbeitet, die mich dazu inspiriert haben, besser zu werden und anderen gegenüber freundlich und mitfühlend zu sein. In meinem Privatleben habe ich im Dezember 2019 auf tragische Weise eine Familienfreundin verloren, und sie sagte immer: „Verschwende niemals eine Reise“. Und danach lebe ich.

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

Dies ist die aufregendste Branche, in der Sie jemals tätig sein werden. Sie werden härter arbeiten, als Sie es je für möglich gehalten haben. Die Zeit wird nie reichen und Sie werden viel zu viele Dinge auf einmal unter einen Hut bringen müssen. Doch

im Gegenzug werden Sie wissen, dass Sie Teil von lebensverändernden Reisen sind, die wirklich einen Unterschied im Leben anderer Menschen machen – sei es der Gast, der in eine einzigartige Destination reist oder die Menschen, denen er unterwegs begegnet. Sie selbst werden Teile der Welt bereisen, von denen Sie nur geträumt haben und zu denen Sie, bei einer anderen Berufswahl, höchstwahrscheinlich keine Gelegenheit gehabt hätten. Sie werden sich nie langweilen, Sie werden erfüllt sein und Sie werden danach streben, mehr zu lernen, mehr zu wachsen und mehr zu reisen. Es ist die anspruchsvollste und lohnendste Karriere, die ich mir hätte wünschen können. Wenn Sie auf die erfolgreichen Veranstaltungen zurückblicken, die Sie durchgeführt haben, und den Dank so vieler Gäste erhalten, wird Sie das dazu inspirieren, noch einmal von vorne zu beginnen und zu versuchen, es bei der nächsten Veranstaltung noch besser zu machen.

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

Frauen sind in der Regel besonders gut im Multitasking und bei administrativen Aufgaben, auf die viele Unternehmen angewiesen sind. Frauen haben auch ein Gespür für Details und das ist in unserer Branche von entscheidender Bedeutung. Die meisten Frauen zeigen sich zudem einfühlsam und verständnisvoll am Arbeitsplatz, was zu einer positiven Unternehmenskultur beiträgt, wenn Teammitglieder zusätzliche Unterstützung benötigen.

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

Zum Teil denke ich, dass dies immer noch ein Thema ist, da der Wandel im Bereich der Gleichberechtigung nicht so fortschrittlich war, wie wir es uns gewünscht hätten. Hohe Gehälter und Führungspositionen sind immer noch überwiegend in männlicher Hand. Die sozialen Medien haben vielen Frauen eine Stimme gegeben und ich denke, deshalb wird über dieses Thema heutzutage häufiger gesprochen.

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

Ich würde es begrüßen, wenn unsere Branche Schülern und Studenten leichter zugänglich gemacht würde – mit mehr Informationen über die Tiefe dieses Fachgebiets und darüber, wie viele weitere Optionen der Berufswahl es tatsächlich in unserem Sektor gibt. Es eröffnen sich Möglichkeiten, dies bei Karrieretagen zu tun, die von Schulen veranstaltet werden – wo sich Unternehmen präsentieren und Mitarbeiter Geschichten und Erfahrungen teilen können, um die nächste Generation zu inspirieren. Es beunruhigt mich, dass immer weniger Studenten in unsere Branche kommen. Dabei sind die Möglichkeiten endlos, wenn man sie zu nutzen weiß. Auf persönlicher Ebene ist es sehr wichtig, die richtige Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu finden. Um bei der Arbeit und zu Hause ein Vorbild zu sein und eine erfolgreiche Karriere zu haben, muss man noch härter arbeiten. Frauen, die sich gegenseitig im Geschäftsleben unterstützen, sind unsere größten Geheimwaffen – denn gemeinsam können wir das Unmögliche erreichen, und das tun wir jeden Tag!



Hard Rock Hotel Teneriffa

## Where rockers meet and meetings rock

**WIE DIE GESAMTE** Marke Hard Rock sind auch die Hard Rock Hotels auf der ganzen Welt im Geist der Musik verwurzelt und mit höchsten Ansprüchen an Hospitality verbunden. So auch am Standort Teneriffa, genauer gesagt an der Südküste der Vulkaninsel: Hier wird im zur Palladium Hotelgruppe gehörenden Hard Rock Hotel Tenerife aufgrund ebendieses sehr gelungenen, Hard-Rock-typischen Mixes ein ganz besonderes Flair kreiert, das auch für Planer mehr als interessant ist. Für die Anreise aus Deutschland, Österreich und der Schweiz eignet sich der Flug nach Teneriffa Süd optimal. Von hier aus sind es nur knapp 30 km bis Playa Paraíso – einem Ortsteil von Adeje.

### Es braucht einen Vibe Manager

Das Hard Rock Hotel Tenerife punktet zunächst aufgrund seiner Kapazitäten sowohl in den großzügigen Innen- als auch den weitläufig gestalteten Außenanlagen. Was allen Bereichen gemein ist,

ist die Verbindung zur Musik. Dient sie normalerweise als ruhige Untermauerung, soll sie im Hard Rock, wie in allen Hotels der Marke, bewusst, aber sehr angenehm wahrgenommen werden. Eigens hierfür gibt es einen sogenannten Vibe Manager, der – wie der Name vermuten lässt – dafür sorgt, dass in den verschiedenen Bereichen des Hauses, angepasst an die jeweilige Tageszeit, immer die richtige musikalische Atmosphäre herrscht. Dementsprechend ist alles dabei, von beispielsweise rockigen Klängen in der Lobby über sanften Pop in den Restaurants bis hin zur Loungemusik an den Pools.

### Großzügig, stylisch und gemütlich zugleich

Herzstück des Hotels ist die großzügig gestaltete, helle Lobby mit ihren riesigen Glasfronten. Hier finden sich neben Rezeption, separat nutzbarem VIP- beziehungsweise Concierge-Desk, Bar und direktem Zugang zur Terrasse nicht nur der

Von weitem sichtbar thront das Hard Rock Hotel Tenerife mit seinen beiden Hoteltürmen an der Costa Adeje. Fotos: Hard Rock Hotels

Eingang zum unerlässlichen Hard Rock Shop, sondern auch der Ausgangspunkt für die sogenannte Memorabilia-Tour, aber dazu später mehr.

Die insgesamt 624 Zimmer und Suiten verteilen sich auf die beiden Hoteltürme Oasis und Nirvana mit ihren jeweils 15 Stockwerken. Beginnend bei einer Größe von 35 m<sup>2</sup> sind die Zimmer sehr geräumig und verfügen allesamt über Balkon oder Terrasse. Was allen Zimmern ebenfalls gemein ist, ist das Konzept in puncto Interieur-Ausstattung: Ein dunkles Grunddesign, so auch im schwarz gehaltenen Bad, wird durch weiße Wände und helle Akzente in Szene gesetzt und erzeugt in jedem Fall eine gewisse Dramaturgie. In der kleinsten Kategorie sind die Zimmer in Deluxe Silver, Gold und Premium unterteilt, unterscheiden sich aber einzig durch den jeweiligen Ausblick von der Terrasse.

Neben der Deluxe-Kategorie gibt es weitere Typen an Studio-Suiten und



Suiten. Im wahrsten Sinne des Wortes das höchste der Gefühle ist die im obersten Stockwerk gelegene, 154 m<sup>2</sup> große Rockstar Suite. Hier finden sich zwei Schlafzimmer und ein großzügiger Wohnbereich. Die Suite ist von mehreren Balkonen mit Blick auf den Atlantik und die Nachbarinsel La Gomera umgeben.

### Rock Royalty

An dieser Stelle besonders interessant auch für Gruppen ist das Rock-Royalty-Programm der Marke Hard Rock. Wer es noch etwas exklusiver möchte, kann im Rahmen dieses Programms den Rock Royalty Level buchen. Die Zimmerkategorien an sich sind die gleichen, die Zimmer selbst aber in den oberen Stockwerken des Hotels untergebracht und verfügen beispielsweise über kompletten Meerblick.

Wer sich für den Rock Royalty Level entscheidet, kommt aber auch in weiterer Hinsicht in den Genuss eines gewissen Extras: Nicht nur ein Concierge-Service erwartet den Royalty Gast – hoch oben im Turm Nirvana gibt es einen separaten Check-in-Bereich und die Rock Royalty Lounge mit Blick auf den atlantischen Ozean. Der Zugang zu der über 100 m<sup>2</sup> großen Lounge ist ebenso wie das dortige Angebot inkludiert. So werden hier exklusiv für Rock-Royalty-Gäste das Frühstück serviert und den Tag über Getränke und Snacks gereicht.

### Kulinarische Vielfalt

Apropos Snacks. Weit darüber hinaus gibt es in puncto Kulinarik im Hard Rock Tenerife vielfältige Optionen, beginnend mit dem Sessions, das als Kernstück im Restaurant-Portfolio des Hauses sowohl als Frühstücksrestaurant mit ausgezeichneter Auswahl als auch, über den Tag, als

Restaurant für Lunch und Snacks fungiert. Darüber hinaus eröffnet sich, gerade für den Abend, eine wirkliche Vielfalt an Möglichkeiten.

Sei es das Ali Olé, ein Tapas-Restaurant, oder das Steakhaus Montauk, das seinen Namen einem Dorf an der Ostspitze von Long Island verdankt, welches wiederum keinen Geringeren als den weltberühmten Autor Max Frisch zu einem Buch mit selbigem Namen inspirierte. Im Montauk steht hochwertige Steakhaus-Küche im Vordergrund, versehen mit, so wie es in jedem Hard Rock üblich ist, einer ortstypischen Note. Dritter im Bunde ist das Narumi. Hier wird, wie es der Name schon vermuten lässt, asiatische Küche mit sehr spannenden Kreationen des Küchenchefs serviert. In der Sportsbar 3RD Half wird außerhalb des regulären Betriebs ein besonderes kulinarisches, aber auch visuelles Event angeboten, das sich für Gruppen hervorragend ins Programm einbauen lässt: Le Petit Chef. Hier lädt der kleinste Koch der Welt – durch visuelle Tricks zum Leben erweckt – im Rahmen einer 3D-Projektionsshow zu einer kulinarischen Reise ein, direkt auf dem Tisch. Die Show wird mit thematisch passender Musik, Requisiten und einem exquisiten Gänge-Menü kombiniert. Abgerundet wird das Angebot in puncto Kulinarik durch den Beachclub. Hier können in typisch entspannter Beachclub-Atmosphäre nicht nur Cocktails und Drinks, sondern auch nachhaltige Gerichte aus der dortigen Fusion-Küche genossen werden.

### Hard Rock Convention Center

Das Convention Center des Hard Rock Hotel Tenerife ist im Erdgeschoss des Hauses angesiedelt und nicht nur von innen über die Lobby, sondern ebenso von außen über

einen separaten Eingang erreichbar. Auch hier spiegelt sich die Großzügigkeit der Anlage. Der Konferenzbereich verfügt über eine eigene, weitläufige Lobby, die vielfältig nutzbar ist. Mit einer fest installierten Empfangstheke kann sie flexibel als Reception Area, Garderobe oder Check-in genutzt werden. Darüber hinaus ist es möglich, die Lobby des Convention Centers bereits fest ins Programm zu integrieren und beispielsweise mit Präsentations- oder Ausstellungsstücken zu versehen. Sofern gewünscht, realisiert das Team des Hard Rock ein komplettes Branding der Lobby. Von hier aus gelangt man direkt in den größten Veranstaltungssaal –, mit dem treffenden Namen Woodstock –, der auf insgesamt 546 m<sup>2</sup> Platz für 410 Personen in Bankett- und 500 Personen in Theaterbestuhlung bietet und bei einem Cocktailempfang sogar 525 Besucher fasst. Woodstock ist mit neuester Technik ausgestattet und in sich auf insgesamt fünf Räume zwischen 59 und 202 m<sup>2</sup> unterteilbar. Hierdurch ergibt sich eine gro-

**li.:** Die in puncto Innenausstattung der Zimmer und Suiten gewählten dramatischen Farbkombinationen sorgen für ein stylisches, aber ebenso gemütliches Flair.

**Mi.:** Separat und exklusiv: Im Rahmen des Rock-Royalty-Programms empfängt die Rock Royalty Lounge ihre Gäste mit Blick auf den atlantischen Ozean.

**re.:** Vielfältige Gastronomie wird im Hard Rock Hotel Tenerife großgeschrieben: Diverse Restaurants und Bars mit unterschiedlichster kulinarischer Ausrichtung finden sich im Komplex. So auch das Montauk, in dem hochwertige Steakhaus-Küche – versehen mit einer ortstypischen Note – serviert wird.



Im Rahmen der Memorabilia-Touren durch den Hotelkomplex können Gruppen an verschiedenen Challenges rund um die überall im Haus verteilten Exponate diverser Rockstars teilnehmen. Fotos: Hard Rock Hotels



Das Areal rund um die Lagune bietet mit großzügigem Pool-Bereich, Beachclub, Restaurant und einer Bühne vielfältige Möglichkeiten für Veranstaltungen und Events.

→ ße Vielfalt hinsichtlich der Konfiguration und der Gestaltungsmöglichkeiten für die Veranstaltung. Ergänzt werden die Räumlichkeiten um zwei ebenfalls mit neuester Technik versehene Säle mit 25 beziehungsweise 27 m<sup>2</sup>, die sich ideal für kleinere Konferenzen oder Board-Meetings eignen und je nach Bedarf getrennt oder verbunden genutzt werden können. Selbstverständlich ist auch das gesamte Convention Center exklusiv bespielbar.

#### Indoor: Memorabilia Tours

Auf jeden Fall sollte eine der Memorabilia Tours in das Programm integriert werden. Zwischen 2 und 20 Personen können im Rahmen dieser Touren durch das Hotel, die vom Vibe Manager geleitet werden, in 30 bis 45 Minuten entweder „nur“ etwas über die vielen geliehenen oder geschenkten Ausstellungsstücke – von Bühnen-Outfits über Musikinstrumente bis hin zu Fotos und handgeschriebenen Notizen diverser Rockstars – erfahren oder aber verschiedene Challenges wagen, die ebenfalls in enger Verbindung mit der Musik und den Exponaten stehen. So werden beispielsweise im Rahmen der Challenge „Life in the fast Lane“ Teams gebildet, die jeweils eine Liste mit Künst-

lern erhalten. Die Aufgabe besteht darin, das Ausstellungsstück des jeweiligen Künstlers aufzufinden, richtig zuzuordnen und zu fotografieren. Das Team, das als erstes mit der vollständigen Liste an Fotos zurückkehrt, hat gewonnen. Wie genau sich der Gewinn darstellt, kann im Vorfeld mit dem Hotel bestimmt werden, in Betracht kommen zum Beispiel der Zugang zum oder eine Massage im Rock Spa.

#### Outdoor: Von unten nach oben und noch höher hinaus

Neben der Veranstaltung offerieren das Hard Rock Tenerife und seine Umgebung vielfältige weitere Möglichkeiten im Outdoor-Bereich, um das Programm interessant und gleichsam spannend zu gestalten, ob unten am Meer oder oben in luftiger Höhe.

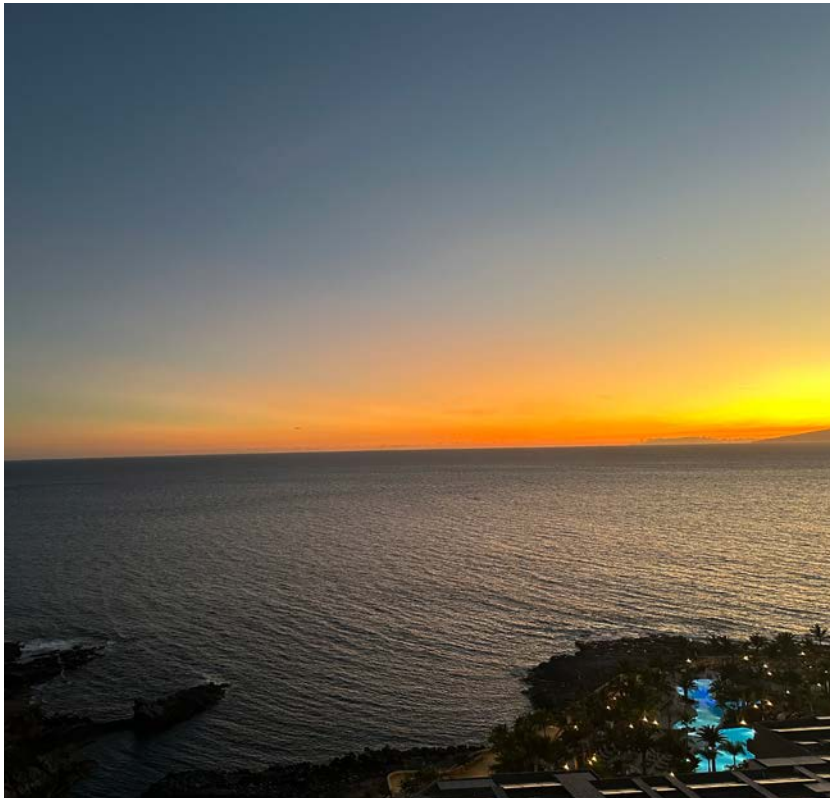
#### Am Strand: Die Lagune

Interessant für Planer ist das Areal rund um die Lagune, die nahtlos an die Playa el pinque und damit Strand und Meer anschließt. Wie der Name schon vermuten lässt, ist das Design der sehr weitläufigen Anlage an eine Lagune angelehnt. Hier liegt der größte Pool des Hotelkomplexes, ebenso wie der bereits erwähnte Beach-

club und eine Outdoor-Bühne inklusive Technik, die sich für Präsentationen jeder Art ebenso wie musikalische Darbietungen eignet und von 10.00 Uhr bis 00.00 Uhr nutzbar ist. So finden auch die regelmäßig stattfindenden Partys mit Live-Musik in der Lagune statt. Während Pool und Beachclub im regulären Tagesbetrieb von Hotelgästen besucht werden, lassen sie sich am Abend, gemeinsam mit der Bühne, perfekt für ein Open-Air-Event – bei entsprechender Planung auch exklusiv – bespielen.

#### Im obersten Stock: The 16th

Demgegenüber sehr weit oben, genau genommen im 16. Stock des Turms Nirvana, erstreckt sich das The 16th mit seiner Dachterrasse über die gesamte Tiefe des Hotelturms und gibt den weiten Blick auf das Meer und die benachbarte Insel La Gomera frei. Wer in der Sky Lounge Bar verweilen möchte, sollte dies rund um den Sonnenuntergang tun und bei Sundowner und Live-Musik das beeindruckende Lichtspiel am Horizont genießen. Das The 16th ist entweder in Gänze oder aber nur im hinteren Bereich exklusiv bespielbar. Besonders für kleinere Gruppen, die zwar nicht die gesamte Ter-



Am Abend ist ein Sundowner auf der Dachterrasse der Skybar The 16th ein Highlight, um dort bei weitem Blick auf das Meer und die benachbarte Insel La Gomera einen dramatischen Sonnenuntergang zu genießen. Foto: CI



Bei gutem Wetter bietet sich ein Ausflug auf den Teide an: Auf rund 3.500 m Höhe offenbart sich eine beeindruckende Vulkanlandschaft mit rauer Natur unter stahlblauem Himmel. Foto: CI

rasse benötigen, aber auch auf die gewisse Privatsphäre nicht verzichten wollen, lässt sich der hintere Teil der Terrasse ohne Probleme separieren.

### Ganz oben auf den Berg: El Teide

Auch und insbesondere aufgrund des landschaftlichen Mehrwertes sollte eine Fahrt in den Nationalpark del Teide und damit hinauf auf den Pico del Teide immer ins Programm eingebaut werden. Der höchste Berg Spaniens und gleichsam höchste Vulkan Europas ist auf jeden Fall einen Ausflug wert. Vom Hard Rock Hotel Tenerife aus gelangt man in rund 50 Minuten Fahrzeit auf ca. 3.500 m. Bereits die landschaftliche Veränderung während der Fahrt ist interessant: Die wüstenartige Landschaft unten am Meer wandelt sich Stück für Stück, vorbei an unterschiedlichster Vegetation geht es hinauf in die Vulkanlandschaft. Oben angekommen, offenbart sich ein beeindruckendes Fleckchen Erde. Bei gutem Wetter wirkt der Himmel noch blauer, im Kontrast dazu Vulkangestein in mannigfaltigen Formationen – wohin das Auge blickt. Von dort aus erreicht man mit der Seilbahn die eigentliche Spitze des Teide, die ebenfalls

einen großartigen Blick auf Natur und Meer bietet. Auch am Abend, rund um den Sonnenuntergang, ist der Teide nicht weniger beeindruckend. Wenn die Nacht hereinbricht und sich das Firmament mit Sternen füllt, kann man hier 83 der 88 offiziell anerkannten Sternbilder beobachten – einer der Gründe dafür, warum Teneriffa zu den drei besten Orten der Welt gehört, wenn es darum geht, Sterne zu beobachten. Nicht weiter verwunderlich also, dass sich auf dem Teide auch eines der weltweit führenden Sonnenobservatorien befindet – ein Besuch mit entsprechender Führung kann für kleinere Gruppen ins Programm integriert werden.

### Rock Spa und Body Rock

Im Anschluss an einen arbeitsreichen Tag bieten sich als Ausgleich auf jeden Fall ein sportlicher Breakout im hauseigenen Gym „Body Rock“ oder aber ein entspannender Besuch des Rock Spa mit direktem Zugang zu einem der Pools im Außenbereich an. Apropos Pools: Für persönliche Erholung sorgt ein musikalisch untermalter Aufenthalt an einer der großzügigen Pool-Areas rund um das gesamte Haus in jedem Fall immer. In diesem Zusammen-

hang zeigt sich der Vorzug des Hard Rock Hotel Tenerife mit seiner Lage im Süden der „Insel des ewigen Frühlings“ und ihrem ganzjährig milden, warmen Klima. So können auch die Außenanlagen ganzjährig genutzt werden.

### Neu und gleichsam spannend: Buyout ab 2025

Ein spannendes Novum ab 2025 ist die Möglichkeit eines Buyouts, wie uns Javier Poleo, MICE Manager im Hard Rock Hotel Tenerife, erzählt. In Anbetracht der Größe und Kapazitäten des Hauses ein wirklich beeindruckender Gedanke, das gesamte Areal exklusiv für eine Gruppe beispielbar zu machen. Das Angebot inklusive individuellem Branding findet großen Anklang, Buchungen gibt es auch schon. Wer die Gäste sind, verrät Poleo allerdings nicht. Sicher ist aber bereits jetzt, dass sie mit Teneriffa, dem Hard Rock Hotel Tenerife und der damit einhergehenden Vielfalt an Möglichkeiten eine ideale Destination gewählt haben. (kg)

Weitere Informationen unter:  
[www.palladiumhotelgroup.com](http://www.palladiumhotelgroup.com) oder  
[hotel.hardrock.com/tenerife](http://hotel.hardrock.com/tenerife)

# PEOPLE POWER POTENTIAL

Register now



**ibtm** WORLD  
BARCELONA, SPAIN  
19-21 Nov 2024

# ibtm<sup>®</sup> WORLD

BARCELONA, SPAIN  
19-21 Nov 2024

# AL

Built by



In the business of  
building businesses

# Ist Reputationsmanagement ein Zukunftsthema für Veranstaltungen?



Fotos: Privat

**IN DER HEUTIGEN** Veranstaltungswelt, die von Tempo und digitaler Reichweite geprägt ist, kann ein einziger Vorfall den Ruf einer Veranstaltung in Sekunden beeinflussen und potenziell großen Schaden anrichten. Wir sprechen heute mit Steff Berger von Vobe – Inspires People GmbH. Steff ist Expertin für resilientes Eventmanagement und Entwicklerin des BE Crisis Ready Mindset, das durch einen bewussten Umgang mit Problemen das Krisen- und Reputationsmanagement für Veranstaltungen stärkt.

## Warum wird Krisen- und Reputationsmanagement für die Veranstaltungsbranche zukünftig relevanter?

Zunächst die gute Nachricht: Im Eventbereich haben wir es häufig mit kritischen Situationen zu tun, die jedoch selten zu echten Krisen eskalieren. Dennoch ist Krisenmanagement in der heutigen Zeit, geprägt von Omnikrisen und schnellen digitalen Kommunikationskanälen, unverzichtbar. Veranstalter\*innen müssen vorbereitet sein und die richtigen Werkzeuge zur Hand haben. Ein wichtiger Aspekt ist

das Reputationsmanagement und die Krisenkommunikation, denn jede Krise birgt auch eine Kommunikationskrise. Zwischenfälle treten regelmäßig auf und erfordern eine professionelle, serviceorientierte Reaktion.

Mit der Digitalisierung und den sozialen Medien, die direkte und sofortige Kommunikationskanäle bieten, hat Reputationsmanagement eine ganz neue Bedeutung erlangt. Insbesondere für die Generationen Gen Z und Gen Y, die hohe Erwartungen an Transparenz, Nachhaltigkeit, Authentizität

und ethisches Handeln haben, ist dies entscheidend. Unternehmen und Organisationen müssen heute in Echtzeit auf öffentliche Wahrnehmungen reagieren, was das Krisenmanagement stark beeinflusst.

In der Veranstaltungsbranche wird Reputationsmanagement zunehmend wichtiger. Es geht nicht mehr nur um den reibungslosen Ablauf eines Events, sondern darum, die persönlichen Werte und Erwartungen der Teilnehmer\*innen zu erfüllen! Veranstaltungen sind emotionale Erlebnisse, bei denen sich die Teilnehmenden oft mit dem Thema oder der Marke identifizieren.

Besonders in kritischen Situationen kommt es darauf an, wie schnell und transparent Veranstalter\*innen reagieren und kommunizieren. Ein gut aufgebautes Vertrauen ist dabei die Grundlage für langfristigen Erfolg. Reputationsmanagement stellt sicher, dass dieses Vertrauen auch in schwierigen Momenten bestehen bleibt. In der Veranstaltungsbranche, wo der persönliche Kontakt eine zentrale Rolle spielt, hat die Reputation einen direkten Einfluss auf zukünftige Teilnehmer-

zahlen und somit auf den nachhaltigen Erfolg der Events.

## Was ist ein zentraler Aspekt im Reputationsmanagement?

Einer der zentralen Aspekte im Reputationsmanagement ist der Umgang mit Fehlern und kritischen Situationen. Selbst wenn schwerwiegende Ereignisse eintreten, kann eine glaubhafte, transparente und partnerschaftliche Kommunikation den Ruf eines Unternehmens beziehungsweise der Veranstaltung schützen oder sogar stärken. Fehler dürfen passieren – entscheidend ist, wie man damit umgeht. Gleichzeitig ist es absolut wichtig, dass die interne Kommunikation immer Vorrang hat. Das gesamte Team muss zuerst informiert und abgeholt werden, um sicherzustellen, dass eine einheitliche und glaubwürdige Botschaft nach außen getragen wird.

## Warum ist die interne Kommunikation so entscheidend?

Interne Kommunikation spielt eine zentrale Rolle im Reputationsmanagement, da Mitarbeitende als wichtigste Botschafter eines Unternehmens fungieren. Gut informierte und engagierte Mitarbeitende tragen die Unternehmenswerte authentisch nach außen und stärken so das Vertrauen der Öffentlichkeit.

## Gibt es ein Beispiel, das aufzeigt, was in der heutigen Zeit Reputationsmanagement bedeutet?

Ein Beispiel, aus dem wir gut analysieren können, welche Faktoren aktuell Reputationsmanagement ausmachen, ist der Wechsel des DFB von Adidas zu Nike: Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) hat sich entschieden, ab 2027 nach über 70 Jahren den langjährigen Ausrüster Adidas durch Nike zu ersetzen. Dieser Schritt kam aufgrund eines deutlich lukrativeren Angebots von Nike.

Die Entscheidung hat jedoch für viel Aufsehen und Kritik gesorgt. Adidas, ein Symbol für die deutsche Fußballkultur, ist seit dem „Wunder von Bern“ 1954 tief mit der Geschichte der Nationalmannschaft verbunden. Viele Fans und auch Branchenexperten sind bestürzt und aufgebracht, da die Verbindung zwischen Adidas und dem DFB weit über finanzielle Aspekte hinausging.



### Was ist da genau passiert? Man könnte doch meinen, das ist einfach nur ein Deal zwischen zwei Firmen?

Ja, so könnte man es sehen ;) – und vermutlich wurde es vom DFB auch genau so betrachtet. Der Hauptgrund für den Wechsel war der wirtschaftliche Vorteil dieses Deals. Hätte der DFB jedoch die Situation von Anfang an aus verschiedenen Perspektiven betrachtet, wären gerade kommunikativ einige Dinge anders gelaufen – möglicherweise sogar die Entscheidung selbst. Die Entscheidung bringt den DFB, als gemeinnütziger Verein mit besonderer Verantwortung gegenüber der deutschen Fußballgemeinschaft und deren Identität, in eine schwierige Lage.

Wirtschaftsminister Robert Habeck äußerte sich enttäuscht über das Ende der Partnerschaft mit Adidas und bedauerte die fehlende „lokalpatriotische“ Entscheidung zugunsten einer traditionsreichen deutschen Marke. Für ihn und andere Politiker ist die jahrzehntelange Verbindung von Adidas mit der Nationalmannschaft Teil des kulturellen Erbes. Auch Bayerns Ministerpräsident Markus Söder kritisierte den Schritt als „schade und unverständlich“, da Adidas mit der Nationalelf für viele ein Symbol für nationale Identität darstellt.

Interessanterweise gibt es zahlreiche soziologische Studien, die den Fußball als wichtigen Identitätsfaktor betrachten. Die Nationalmannschaft und deren Ausstattung spielen hier eine symbolische Rolle, die weit über den sportlichen Aspekt hinausgeht: Sie spiegeln das kollektive Verständnis von Zugehörigkeit und Identifikation wider.

Adidas selbst wurde nicht in den Prozess mit einbezogen. Auch intern gab es deutliche Kommunikationslücken: Viele Mitarbeiter\*innen erfuhren von der Entscheidung erst über die Pressemitteilung. Ein solcher Fehler zählt zu den gravierendsten im Krisen- und Reputationsmanagement. Mitarbeiter\*innen gehen immer vor!

### Da kommen wir nochmals auf die interne Kommunikation zurück – warum wird dieses einfache Instrument der Kommunikation so wenig beachtet, wo es so einen enormen Schaden anrichten kann?

Ja, dass Mitarbeitende als Letzte informiert werden, ist leider ein häufiger Fehler – und wie du richtig sagst, schadet das enorm der Bindung ans Unternehmen. Wenn wichtige Informationen zuerst über

externe Quellen wie Pressemitteilungen oder Medien an die Belegschaft dringen, verlieren Mitarbeitende oft schnell die Identifikation mit ihrer Arbeit und dem Unternehmen selbst. Das Gefühl der Wertschätzung sinkt, und das führt nicht nur zu Enttäuschung, sondern auch zu einer erhöhten Fluktuation.

Unsere Mitarbeitenden gestalten das Unternehmensbild nach außen mit und beeinflussen maßgeblich, wie ein Unternehmen wahrgenommen wird. Werden sie jedoch nicht respektvoll in Entscheidungsprozesse eingebunden, ist die Gefahr hoch, dass sie enttäuscht das Unternehmen verlassen oder zumindest ihre innere Bindung verlieren.

### Was ist dein Fazit aus dem DFB-Beispiel?

Das Beispiel des DFB zeigt uns, dass Reputationsmanagement weit über die reine Prävention von Krisen oder Fehlern hinausgeht. Es erfordert, die kulturellen und emotionalen Erwartungen der Zielgruppe ernst zu nehmen und Entscheidungen im Einklang mit der Markenidentität und dem Publikum zu treffen. Tradition, Authentizität und die Bindung zur Zielgruppe sind entscheidend, um langfristig Vertrauen und ein positives Image zu bewahren. Reputationsmanagement ist daher ein kontinuierlicher Prozess, der auf authentischen, transparenten und wertorientierten Handlungen basiert. Diese Erkenntnisse sollten wir bei der Planung künftiger Veranstaltungen berücksichtigen.

### Kannst du uns zum Schluss noch ein paar Maßnahmen mitgeben, um die Reputation von Veranstaltungen nachhaltig zu stärken?

Ja klar, gerne – hier 5 hilfreiche Punkte:

#### ➔ 1. Frühzeitige Risikoanalyse:

Veranstalter\*innen sollten eine gründliche Analyse potenzieller Risiken vornehmen, die nicht nur klassische Risiken wie Wetter oder technische Probleme, sondern auch gesellschaftliche und kulturelle Aspekte umfassen. Ein Beispiel wäre das frühzeitige Erkennen potenzieller Kontroversen um bestimmte Sponsoren oder Inhalte.

#### ➔ 2. Effiziente Krisenkommunikation:

In einer kritischen Situation ist es entscheidend, schnell und transparent sowohl intern als auch extern zu kommunizieren, um Missverständnisse zu vermeiden und die Kontrolle über die Informationen zu behalten. Fehler, die offen eingestanden

und klar kommuniziert werden, stoßen bei den Teilnehmenden auf deutlich mehr Verständnis. Es ist äußerst wertvoll zu zeigen: „Wir haben das Problem erkannt und setzen alles daran, es zu beheben.“ Diese Offenheit und Problemlösungsbereitschaft verzeihen die Gäste deutlich eher als das Verschweigen oder Beschönigen eines Problems.

#### ➔ 3. Wertebasierte Entscheidungen:

Jede Entscheidung sollte die Werte und Erwartungen der Zielgruppe widerspiegeln. Wenn Teilnehmer\*innen Wert auf Nachhaltigkeit legen, sollte die Veranstaltung entsprechend ausgerichtet sein. Wertebasierte Entscheidungen stärken die emotionale Bindung der Teilnehmenden zur Veranstaltung und fördern eine positive Wahrnehmung.

#### ➔ 4. Betroffenheit der Mitarbeiter\*innen und Gäste akzeptieren und wertschätzen:

In schwierigen Situationen ist es wichtig, die Emotionen und das Engagement sowohl der Mitarbeiter\*innen als auch der Gäste anzuerkennen. Wenn sich Teilnehmende oder Teammitglieder durch Probleme oder Störungen betroffen fühlen, sollten Veranstaltungsplaner\*innen diese Betroffenheit ernst nehmen und respektvoll darauf eingehen. Ein wertschätzender Umgang mit den Emotionen aller Beteiligten zeigt Empathie und baut Vertrauen auf – gerade in kritischen Momenten.

#### ➔ 5. Proaktive Maßnahmen durch Schulungen und Handlungsanweisungen:

Schulungen zum Umgang mit kritischen Situationen und Reputationsschutz stärken das Team und bereiten es gezielt auf den Ernstfall vor. Ein gut ausgearbeiteter Leitfaden und gezielte Trainings vermitteln den Mitarbeiter\*innen das notwendige Wissen und die Sicherheit, in schwierigen Momenten souverän und besonnen zu handeln. Diese Vorbereitung stärkt nicht nur die Identifikation der Mitarbeiter\*innen mit der Veranstaltung, sondern gibt ihnen auch das Gefühl, unterstützt zu werden und Probleme transparent ansprechen zu können. Ein effektives Krisenmanagement legt den Fokus auf lösungsorientiertes Handeln und schafft eine Kultur, in der alle Beteiligten gemeinsam und selbstbewusst an der Bewältigung von Herausforderungen arbeiten.

## Über 100 Jahre an Ort und Stelle

**Direkt an der Donau im zweiten Bezirk Wiens liegt das Hilton Vienna Waterfront, das auf eine mehr als 100-jährige Geschichte zurückblickt. Gebaut als Getreidespeicher, wurden hier in früheren Zeiten, bis zum Leerstand 1982, bis zu 3.000 Waggons Getreide gelagert. Die Geschichte des Gebäudes fließt übrigens an vielen Stellen in das Design des heutigen Fünf-Sterne-Hauses ein. Kleinigkeiten wie Ähren an der Decke oder die geradlinige Raumaufteilung erinnern an die alte Nutzung.**



**HEUTE FINDEN SICH** unter dem roten Dach 367 Zimmer und Suiten. Die kleinste Kategorie startet bei 40 m<sup>2</sup>, übrigens die größten Zimmer der Stadt. Hier lässt es sich ohne Zweifel aushalten. Auch die Lage des Hauses ist nicht nur durch die direkte Nähe zur Donau bemerkenswert; denn mit nur 20 Minuten Entfernung sowohl zum internationalen Flughafen als auch in die Innenstadt und die auf der gegenüberliegenden Donauseite befindliche UNO-City so wie das Austria Center Vienna sind die Möglichkeiten zahlreich. Somit liegen sowohl der Trubel der österreichischen Hauptstadt als auch die Natur direkt vor der Haustür. Nicht verwunderlich daher, dass die Donau das zentrale Element im Hilton Vienna Waterfront ist. Schon von der großzügigen Lobby aus, die alle Hotelbereiche miteinander verbindet, schim-



merkt das blaue Wasser des Flusses durch die riesigen Glasfronten. Diese finden sich bis in den untersten Stock, wo die Bar und das Restaurant sowie der Ausgang zur Terrasse, zum Outdoor-Pool und der anschließenden Promenade liegen.

### Oxbo Bar & Dining

In industriellem Design und ebenfalls von der landwirtschaftlichen Historie inspiriert präsentiert sich das Oxbo Restaurant und Bar. Räumlich voneinander getrennt, im Konzept jedoch vereint finden hier sowohl auf der Karte des Drinks- als auch der des Speisebereichs regionale Produkte Verwendung, das Interieur-Design ist gemütlich und lädt zum Verweilen ein, egal ob direkt an der Bar, im Restaurant oder auf der Terrasse mit Donaublick.

### 50 Miles

Um die Wertschätzung der Natur und damit einhergehend das Bekenntnis zu nachhaltigem Handeln zu unterstreichen, hält das Oxbo Restaurant das sogenannte 50 Miles Menu für seine Gäste bereit. Für diese spezielle Speisekarte sind alle Zulieferer und Zutaten sorgfältig ausgewählt worden, um den hohen Ansprüchen an die Gerichte gerecht zu werden. Alles stammt aus einem Umkreis von maximal 80 km rund um Wien. Wer es noch etwas genauer wissen möchte, findet sogar die einzelnen Lieferanten inklusive ihrer Standorte auf der Karte des Restaurants.

### Über 1.200 m<sup>2</sup> Eventfläche

Auf der gleichen Ebene wie Restaurant und Bar liegt außerdem der erst kürzlich renovierte Veranstaltungsbereich des Hauses. Insgesamt 14 Räume zwischen 12 und 400 Personen sind je nach Anforderung bespielbar. Die größten Kapazitäten entfallen auf

die Grand Waterfront Hall, die mit ihren knapp über 350 m<sup>2</sup> sowohl als Ballsaal als auch als Konferenzraum fungieren kann.

Ein großer Vorteil des Bereichs ist die Lage der Räume auf einer Ebene und damit eine absolute Flexibilität in der Nutzung. So sind alle Räume durch das großzügige Foyer miteinander verbunden und können ganz nach Bedarf variabel miteinander kombiniert werden. Außerdem gibt es viel Tageslicht und einen einfachen Zugang zum Außenbereich. Hier können Planer entweder Outdoor-Aktivitäten, wie Volleyball im Sommer und Eisstockschießen im Winter, oder aber Cocktails oder Empfänge auf der Donaupromenade organisieren.

### Meet with Purpose

Als Teil der Hilton Gruppe bietet auch das Hilton Vienna Waterfront das „Meet with Purpose-Programm“. Hier geht es vorrangig darum, Mehrwerte zu schaffen: sowohl auf Seiten der Teilnehmer als auch in der Destination, in der die Veranstaltung stattfindet.

Ein Element dieses Programms sind unter anderem die Nachhaltigkeits-Checkliste und der LightStay Meeting Impact Calculator. Beides hilft Veranstaltern, einerseits den persönlichen Bedarf der Veranstaltung zu berechnen, andererseits aber auch entsprechende Maßnahmen zu ergreifen, um den CO<sub>2</sub>-Fußabdruck zu verringern. Hier steht das Team des Hauses mit Rat und Tat zur Seite und ermittelt gemeinsam mit den Kunden in Gesprächen die besten Optionen.

### Die größten Zimmer der Stadt

Wie schon erwähnt sind die Zimmer des Hilton Vienna Waterfront die größten der Stadt. Dadurch ergibt sich ein sehr harmonisches Raumgefühl und schnell stellt sich

der Gedanke an Home-away-from-home ein. Der Blick aus den Zimmern geht entweder auf die Donau oder über die Dächer des 2. Bezirks.

Unterstrichen wird der wohnliche Charakter durch warme Farben, natürliche Materialien und viel Tageslicht. Durch den Aufbau des ehemaligen Getreidespeichers sind die Zimmer an sich auch sehr klar strukturiert und keine Ecken und Winkel stören das Bild.

### Klein, aber fein

Für die Zeit abseits des Geschäftsalltags bietet das Hilton mehrere Möglichkeiten, um die Work-Life-Balance zu verbessern.

Eine davon ist beispielsweise das Spa im siebten Stockwerk. Der ebenfalls erst kürzlich renovierte Entspannungsbereich wurde mit viel Liebe zum Detail neu gestaltet und auch hier findet sich eine Reminiszenz an die einstige Nutzung. Im Empfangsbereich hängen Ähren von der Decke, fast wie eine kleine Kunstinstallation. Von dort aus haben die Gäste die Qual der Wahl zwischen insgesamt drei Saunen: Nicht nur eine Infrarot- und eine finnische Sauna gibt es, sondern auch eine Panoramasauna, die selbstverständlich den Blick auf Donau und die gegenüberliegende Donau-Insel freigibt.

Für die körperliche Ertüchtigung stehen außerdem ein Yoga- sowie ein Fitnessraum mit den wichtigsten Geräten zur Verfügung. Diese befinden sich allerdings im achten Stock und ermöglichen das Training mit Aussicht auf das Wasser und zusätzlich auf den Prater.

Abgerundet wird das Angebot auf der achten Etage mit der Hilton-typischen Executive Lounge, die allen Gästen der Suiten und Executive-Zimmer offensteht. (ag)

Fotos: Hilton Hotels

## IMPRESSUM

Convention International | November 2024

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

Herausgeber: Heinz-Dieter Gras  
Verlagsleitung: Katharina Gras

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

Redaktion:  
Anna-Lena Gras [ag], Katharina Gras [kg],  
Hans Rodewald [hr], Edith Lier [el]

Anzeigen:  
Stefan Zwingers, Dieter Meyer

Korrektorat:  
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

Layout/DTP:  
Caroline Minor

Titelfoto:  
Stefano Zaccaria/  
shutterstock.com

Druck:  
WIRmachenDRUCK GmbH  
Mühlbachstr. 7  
71522 Backnang

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

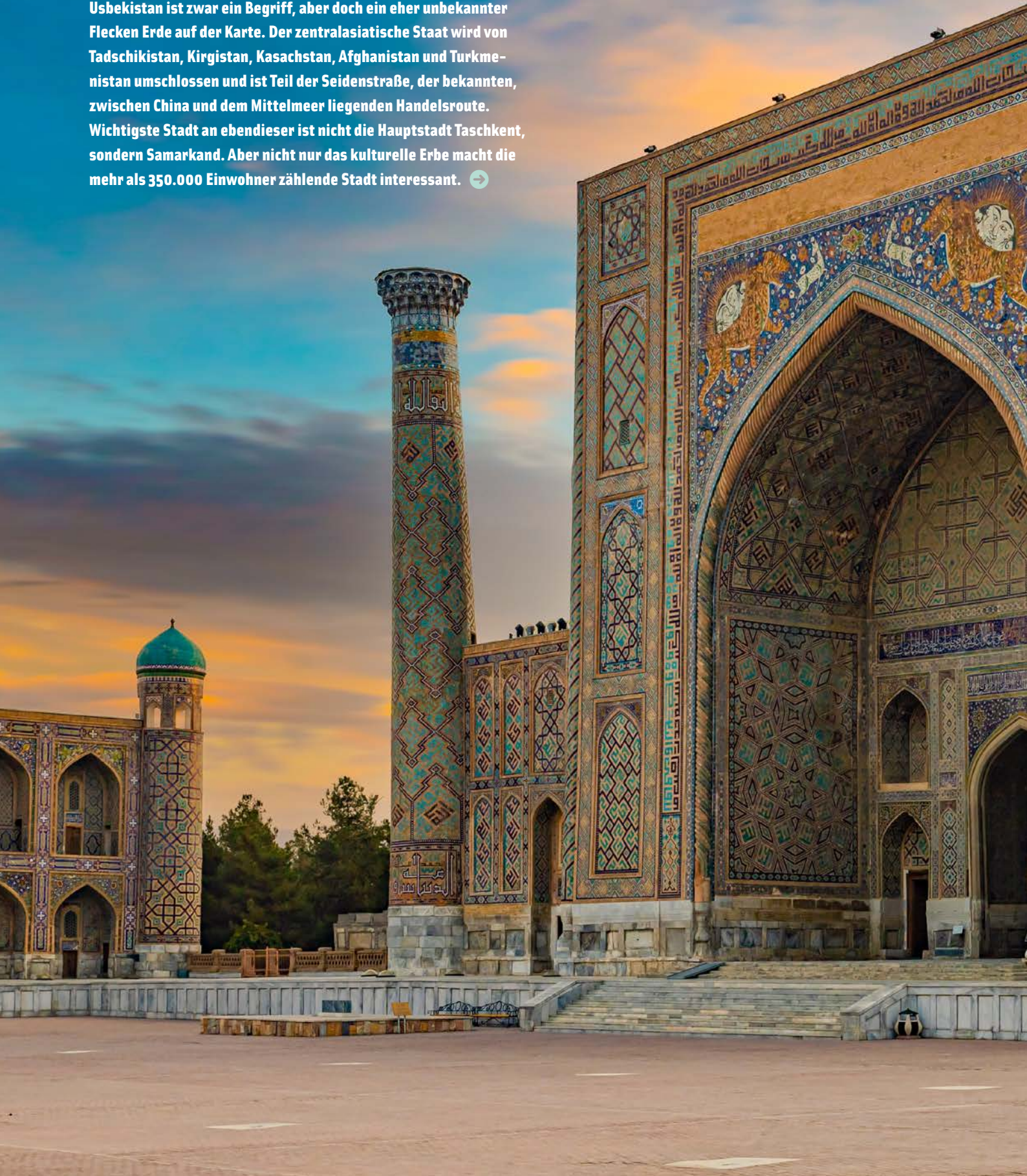
Nächste Ausgabe:  
Mai 2025

Druckauflage:  
10.000

Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2025. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.

# Welcome to Samarkand

Usbekistan ist zwar ein Begriff, aber doch ein eher unbekannter Flecken Erde auf der Karte. Der zentralasiatische Staat wird von Tadschikistan, Kirgistan, Kasachstan, Afghanistan und Turkmenistan umschlossen und ist Teil der Seidenstraße, der bekannten, zwischen China und dem Mittelmeer liegenden Handelsroute. Wichtigste Stadt an ebendieser ist nicht die Hauptstadt Taschkent, sondern Samarkand. Aber nicht nur das kulturelle Erbe macht die mehr als 350.000 Einwohner zählende Stadt interessant. [➔](#)





Der Registan-Platz ist eines der absoluten Wahrzeichen Samarkands.  
Foto: Kadagan / shutterstock.com



→ **MIT SILKROAD SAMARKAND** begann vor etwas mehr als zwei Jahren ein einzigartiges touristisches Projekt, das sich auf 260 ha erstreckt und MICE-Planern so ziemlich jeden Wunsch erfüllt. Acht Hotels mit insgesamt circa 1.200 Zimmern, ein Kongresszentrum, mehrere Parks, eine Shopping Area sowie der einzige Ruderkanal in Zentralasien – das einzige Pendant dazu findet sich lediglich in München. Die 2,2 km lange Wasserstraße kann sowohl für Bootstouren als auch für sportliche Aktivitäten genutzt werden. Die historische Innenstadt mit Sehenswürdigkeiten wie dem Registan, Gur-e-Amir oder dem Ulugbek-Observatorium ist nur eine kurze Fahrt entfernt. Aber alles der Reihe nach.

### Anreise

Wer aus Deutschland, beziehungsweise aus ganz Europa, nach Samarkand reisen

möchte, tut dies am besten mit der Turkish Airlines. Einmal am Tag verbindet der nationale türkische Carrier Istanbul mit der Seidenstraße. Durch das nahezu lückenlose Streckennetz von allen europäischen Flughäfen hin nach Istanbul ist der Umstieg dort einfach zu organisieren.

### Die internationale Hotellerie ist angekommen

Mit der Minyoun Hospitality Group hatte man von Anfang an einen starken asiatischen Partner bei der Entwicklung des Projekts. Schließlich handelt es sich um eine der führenden asiatischen Hotelgruppen – mit sechs Brands in ihrem Portfolio. Für Planer ist hier das Silk Road by Minyoun besonders interessant. 241 moderne Zimmer und Suiten finden sich auf den insgesamt 20 Stockwerken des Hauses. Hinzu kommen zwei Restaurants und zwei Bars sowie ein vollständig ausgestatteter Konferenzbereich mit einem 579 m<sup>2</sup> großen Ballsaal sowie vier Meetingräumen und einem VIP-Room. Je nach Bestuhlungsvariante fassen die Räume zwischen 16 und 120 Personen.

Neben Minyoun ist auch die Hilton Gruppe in Samarkand vertreten – und das auch gleich mit zwei ihrer Marken. Neben den beiden Garden Inns lässt sich das Hilton Samarkand Regency wohl als das Flaggschiff innerhalb des Resorts bezeich-

nen. 232 Zimmer und Suiten erwarten die Gäste. In kulinarischer Hinsicht gibt es mit dem Seasons Restaurant (160 pax.) und dem El Sabor Meat Restaurant zwei Möglichkeiten. Letzteres ist, wie der Name vermuten lässt, auf das perfekte Steak spezialisiert, bietet aber genauso – selbstverständlich – auch vegetarische oder vegane Gerichte an. Ein weiterer wichtiger Teil der Restaurantphilosophie ist der passende Wein zu jedem Gericht. Nicht umsonst ist der beeindruckende Weinschrank daher mittig im Restaurant platziert und enthält die edlen Tropfen dieser Welt. Aber auch lokale Weine können und sollten in jedem Fall verkostigt werden. Insgesamt 118 Sitzplätze sind im El Sabor bespielbar, hinzu kommt die 76 Personen fassende Terrasse mit Blick auf die Ruderstrecke sowie den Sonnenuntergang.

Für den beruflichen Aspekt der Reise verfügt auch das Hilton Samarkand Regency über interne Konferenzräume: fünf Säle, von denen sich vier auch zu jeweils zwei größeren Einheiten zusam-

---

**o. :** Mit dem Hilton Samarkand Regency und dem Silk Road by Minyoun stehen zwei erstklassige Häuser mit großen Kapazitäten für Planer bereit. Fotos: Silkroad Samarkand

---

**li.u. :** Als National Carrier der Türkei verbindet Turkish Airlines über 250 Destinationen mit Istanbul. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass Samarkand auf dem Flugplan der Airline steht. Foto: Turkish Airlines

---





menschließen lassen. Der größte Saal, der nach der usbekischen Hauptstadt benannt ist, erlaubt Veranstaltungen mit bis zu 500 Personen, während die anderen vier, ebenfalls nach Städten benannt, in ihrer Kapazität zwischen 40 und 200 – je nach Bestuhlungsvariante und getrennter beziehungsweise gemeinsamer Nutzung – rangieren.

Ein weiteres Hotel im Ensemble des Resorts ist das Savitsky Plaza, das nach Igor Savitsky, einem bekannten usbekischen Künstler, benannt wurde. Daher verwundert es nicht, dass das Interieur mit zeitgenössischen Kunstwerken und Anspielungen auf die Legende von Savitsky aufwartet. Schon im hoteleigenen Restaurant, das zugleich auch eine Brauerei und Bar ist, geht es äußerst stylish zu. Die Khmelnov Beer Factory hat sich ganz dem Gerstensaft verschrieben. So sind auch die Braukessel durch eine Glaswand vom gesamten Restaurant aus zu sehen. Mit seinen 82 Sitzplätzen innen und 50 auf der Terrasse lässt sich die Beer

**li.o.:** Das Restaurant des Savitsky Plaza ist Bar, Restaurant und Brauerei in einem.

**re.o.:** Das Eco Village mit seinen unterschiedlich großen Villen ist eine Alternative zum klassischen Hotelaufenthalt.

**re.u.:** Schick, durchdacht und mit großen Kapazitäten präsentiert sich das Conference Center des Komplexes. Fotos: Silkroad Samarkand

Factory grundsätzlich gut privatisieren. Auch wenn sich die Menüs individuell nach Kundenwunsch gestalten lassen, ist die Küche auf deftige Gerichte wie Haxen, Chicken Wings oder verschiedene Wurstsorten spezialisiert – eben passend zu einem guten Bier.

### Eco Village als Alternative

Insgesamt 14 Villen umfasst das Eco Village innerhalb des Resorts. In unterschiedlichen Größen und mit zwischen zwei und vier Schlafzimmern – jedes mit eigenem Bad versehen – sind die einzelnen Wohneinheiten alle mit eigener Küche, großzügigem Wohnbereich und Garten ausgestattet. Besonders gemütlich werden die Villen durch die verwendeten Hölzer an Wänden, Decke und Boden. Dadurch ergibt sich ein warmes Raumpfinden, das schon beim Betreten das gewisse Wohlgefühl auslöst. Vollcatering von den umliegenden Hotels ist außerdem möglich. Ein exklusives Dinner auf der Terrasse oder ein Stehempfang am Pool sind hier bereits realisiert worden. Durch die Aufteilung und die möglichen Hotelservices sind die Villen hervorragend für kleinere oder exklusivere Meetings geeignet.

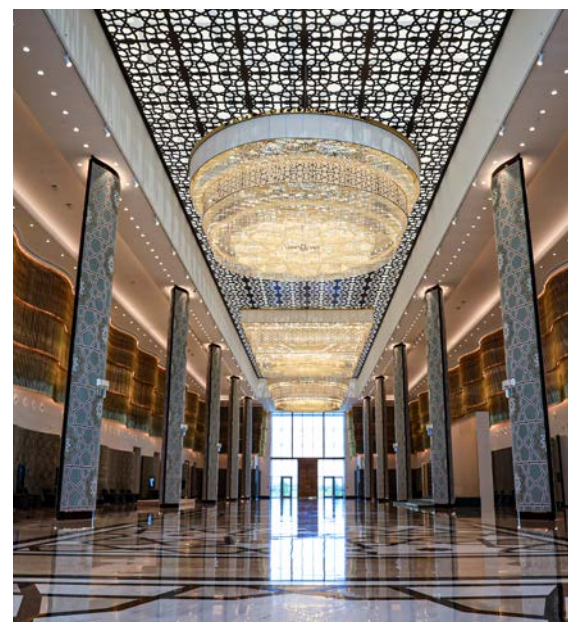
### Ein sehr schickes Konferenzzentrum

Wer größere Kapazitäten benötigt, als die einzelnen Hotels sie bieten, ist auf den 28.000 m<sup>2</sup> im Congress Center genau richtig. Das moderne Gebäude besticht durch seine Architektur genauso wie durch sei-

ne inneren Werte. Unter den beeindruckenden Kristalleuchtern finden Planer insgesamt 12 Räume in Größen zwischen 92 und 3.500 m<sup>2</sup>. Ein großer Vorteil ist, dass alle Räume auf einer Ebene liegen und sich dadurch recht beliebig miteinander kombinieren lassen. Zugänglich sind sie über die imposante Eingangshalle, die auch für begleitende Ausstellungen bespielt werden kann. Modernste Technik, viel Tageslicht und flexible Räumlichkeiten runden das Angebot ab.

### Rauschende Feste

Man muss nicht unbedingt die gesamte Veranstaltung im Congress Center oder





Kleine Gruppen können einen der Pavillons direkt am See mieten. Große können entweder das gesamte Areal mieten oder sich in die Bankethalle des Ayvon zurückziehen.

### Eternal City

Ebenfalls auf dem Areal des Silkroad Samarkand Resorts befindet sich die Eternal City: ein einzigartiges touristisches Projekt, das der Handwerks- und Händlerkultur des Landes Tribut zollt. Zwar neu erbaut, aber dennoch im Stil einer historischen Stadt, werden hier auf 11 ha Meister ihres jeweiligen Faches aus dem ganzen Land eingeladen, um innerhalb der Mauern der Eternal City ihre Waren anzubieten. Eine willkommene Alternative zu vielen Marktplätzen, die man aus anderen Ländern rund um den Globus kennt. Zwar ist auch hier Feilschen an der Tagesordnung, dennoch sind die Produkte, egal ob Kleidung, kunstvoll gestaltete Messer, traditionelle Speisen oder Tonwaren in jeglicher Form, von bester Qualität. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass Einheimische hier regelmäßig zum Shoppen oder Flanieren vorbeischaun. In einzelnen Häusern, die allesamt den historischen Erzählungen nachempfunden sind, abgelöst von kleinen Plätzen mit Restaurants und einem kleinen Fluss, sind die jeweiligen Geschäfte untergebracht. Schon beim Betreten der Eternal City über die imposante Brücke und das nicht weniger eindrucksvolle Eingangstor fühlt man sich in der Zeit zurückversetzt. Die türkisen Kuppeln auf den Dächern, die Minarette und die kunstvoll gestalteten Wandmosaiken verstärken diesen Eindruck, je tiefer man in die Eternal City eintaucht.

Wer noch etwas mehr über die Kultur Usbekistans erfahren möchte, kann sich über die traditionelle Papierherstellung im Land informieren. Jahrhundertalte Traditionen werden in diesem Bereich erhalten und auch den nachfolgenden Generationen vermittelt. Daher sind es auch vorrangig Familienbetriebe, die in der Eternal City ansässig sind und ihr Wissen über die Generationen hinweg weitergegeben haben.

Eine weitere Möglichkeit sind die kulturellen Shows, die regelmäßig angeboten werden. Hier können große und kleine Gruppen bei entsprechender Planung in die musikalische Geschichte des Landes eintauchen. Durch die vorgeführ-



Die Eternal City ist ein einzigartiges Projekt, das sowohl die architektonische als auch die Handelshistorie in die Neuzeit bringt. Fotos: Silkroad Samarkand

sei für Gruppen noch angemerkt: Rings um den See gibt es kleine Pavillons, die zu mieten sind. Ausgestattet mit einem großen Tisch und einem Grill sowie allen anderen Notwendigkeiten einer kleinen Küche, kann hier der Fisch selber gefangen und gegrillt werden; ebenso besteht die Möglichkeit, vom Restaurant entsprechende Speisen kredenzen zu lassen. In jedem Fall eine tolle Option, um aus der Konferenz-Routine auszubrechen. Die Küche ist sowohl orientalisches als auch europäisch orientiert und lässt kaum Wünsche offen. Wer etwas mehr Platz braucht, als ihn die Pavillons bieten, kann auch auf die gesamten Außenflächen rund um die Ayvon Banquet Hall zurückgreifen. Entspannte Empfänge oder gesetzte Dinner sind hier unter freiem Himmel ebenfalls realisierbar.

→ einem der umliegenden Hotels planen. Mit dem Ayvon ergibt sich insbesondere für Abendveranstaltungen, elegante Dinner und Farewell-Partys eine weitere Möglichkeit. Die klassische Bankethalle ermöglicht bis zu 500 Personen an runden Tischen und lässt damit viel Freiraum für unterschiedlichste beziehungsweise kombinierte Formate. Durch die etwas abgesetzte Lage stört sich hier niemand an langen Nächten. Umgeben ist das Ayvon vom Resort-eigenen See, den auch Einheimische zum Fischen besuchen. Hier



Die beeindruckenden Mosaik an den Bauwerken sind in Samarkand und dem ganzen Land immer einen genaueren Blick wert.  
Foto: seiko3p / shutterstock.com

ten Tänze und zum Einsatz kommenden Musikinstrumente erhält man einen faszinierenden Einblick in die Kultur. Wer möchte, kann eine solche Show auch zu einem Dinner mit typisch lokalen Speisen wie Plow oder Pilaw, Kebab oder Manti organisieren. Generell ist die usbekische Küche sehr aromatisch und eine Mischung aus der orientalischen Küche und der der türkischsprachigen Länder.

### Ein Abstecher in die historische Altstadt

Zwar ist Samarkand die zweitgrößte Stadt Usbekistans, die historische Innenstadt und ihre Sehenswürdigkeiten können aber in jedem Fall fußläufig erkundet werden. Anfangen sollte man allerdings zweifelsfrei am Registan-Platz, denn er ist sozusagen das Herz des antiken Samarkand. An dieser Stelle errichtete Temür ibn Taraghai Barlas, auch bekannt als Amir Temur, im 15. Jahrhundert einen überkuppelten Basar. Ein kluger Schachzug, da alle wichtigen Handelswege an diesem Ort zusammenlaufen. Sein Enkel Ulugbek ersetzte den Basar schließlich durch den heutigen Registan-Platz und erbaute zwischen 1417 und 1420 auch die erste der insgesamt drei Medresen, wie sich die Lehrinrichtungen für islamische Grundsätze nennen. Der Registan wurde ein Versammlungsort für verschiedene Feierlichkeiten, Paraden, aber auch Hinrichtungen. Mit den beiden zusätzlichen Medresen, die von Yalangtush Bakhodur im 17. Jahrhundert erbaut wurden, stellt der Registan heute ein einzigartiges Beispiel für die Kunst des Städtebaus dar. Zwar werden dort aktuell nicht mehr der Islam oder dessen Grundsätze gelehrt, aber ein Besuch, um die wirklich schöne Ausgestaltung der Gebäude zu sehen, ist ein absolutes Muss. Und ein kleiner Tipp: Trotz der wirklich guten Infrastruktur und einem aufstrebenden Tourismus-Sektor ist Samarkand noch weit entfernt von Overtourism. Selbst der Eingang zum Registan ist ohne große Wartezeiten oder -schlangen möglich.

Ähnliches gilt für die Bibi-Khanum-Moschee, die sich nur etwa 15 Minuten Fußweg vom Registan entfernt befindet.



Auch hier zeichnete Amir Temur als Bauherr verantwortlich. Mit den Mitteln, die er aus seinen Indien-Feldzügen zurückbrachte, erschuf er dieses massive Bauwerk, das er nach seiner Frau benannte. Es bot bis zu 10.000 Gläubigen Platz. Die Fertigstellung des imposanten Gebäudes erlebte Temur allerdings nicht mehr – er verstarb überraschend während eines Feldzugs gegen China in einem Lager im heutigen Kasachstan. Die Moschee selbst war bis ins 17. Jahrhundert die wichtigste Moschee der Region. Durch ein Erdbeben 1897 wurde das Gebäude schwer beschädigt und blieb bis in die 1970er baufällig. Erst dann nahmen sich sowjetische Restaurateure der Sache an und ermöglichten es so Besuchern, die feinen Mosaik und die Schönheit der ehemaligen Moschee wieder zu erleben.

Einen Sprung in die Neuzeit können Besucher übrigens direkt neben der Bibi-Khanum-Moschee tun. Denn hier befindet sich einer der größten Basare der Stadt: Von Süßspeisen über Gewürze bis hin zu typischen Mitbringern findet sich alles, was das Herz begehrt. Wem das noch nicht reicht, der sollte sich noch auf den Teppich-Markt begeben. Denn Perser-

Teppiche sind noch heute eines der wichtigsten Produkte in Usbekistan.

### Nicht fußläufig, aber unbedingt besuchen

Da man sich zwangsläufig auf die Spuren von Amir Temur begibt, wenn man in die Geschichte des Landes und der Stadt eintaucht, sollte man die Chance nicht verpassen, auch seine Grabstätte zu besuchen. Eigentlich für seinen Lieblingsenkel Muhammed Sultan gedacht, der in der Schlacht bei Angora gefallen war, fand auch Amir Temur seine letzte Ruhestätte an diesem Ort. Architektonisch beeindruckend ist das gesamte Gebäude sowohl von innen als auch von außen. Während die Kuppelkonstruktion auf dem Dach als eines der herausragendsten Beispiele für eine doppelschalige Kuppel gilt, ist das Innere geprägt von filigranen Verzierungen, die sich bis in die fast 23 m hohe Kuppel ziehen. Auf dem Boden finden sich die Scheingräber der Verstorbenen, die sogenannten Kenotaphen. Scheingräber deshalb, weil sich die eigentlichen Gräber in der Krypta unterhalb des Innenraums befinden. Dabei sticht der Kenotaph von Amir Temur deutlich heraus, da dieser aus schwarzem Nephrit gestaltet wurde. (ag)

# 25 Jahre Hilton Frankfurt City Centre – Im Gespräch mit General Manager Marc Snijder

Seit 25 Jahren hat das Hilton Frankfurt City Centre seine Türen für Gäste geöffnet. Grund genug, mit General Manager Marc Snijders einmal ausführlich über das Jubiläumsjahr und die Geschichte des Hauses zu sprechen.



**Herr Snijders, Sie verbindet viel mit dem Haus. Wollen Sie dies einmal kurz schildern?**

Tatsächlich begann ich meine Karriere im Gastgewerbe vor 26 Jahren bei Hilton. Frisch von der Hotelmanagement-Universität bin ich damals im Pre-Opening Team des Hilton Frankfurt City Centre als Conference & Event Sales Executive eingestiegen.

Im Laufe der Jahre hatte ich unterschiedliche Funktionen inne und meine Reise führte mich von Frankfurt nach Budapest und dann wieder zurück nach Frankfurt, um mich dem Team des Hilton und Hilton Garden Inn am Frankfurter Flughafen anzuschließen. Hier liegen zwei spektakuläre Hotels direkt nebeneinander. Nach der erfolgreichen Eröffnung dieses Doppelmarken-Hotelkomplexes bot sich mir die fantastische Gelegenheit, die Leitung des Hilton Frankfurt City Centre zu übernehmen, dem Hotel, in dem für mich alles begann. Es war ein echtes Heimkommen, und jetzt, neun Jahre später, fühlt es sich immer noch so an.

**Gibt es neben Ihnen noch weitere Mitarbeiter „der ersten Stunde“?**

Es gibt eine Vielzahl an Team Members der ersten Stunde, und gleichzeitig auch viele Team Members, die noch nicht geboren waren, als damals 1999 das Hilton in Frankfurt eröffnet hat.

Diese Diversität im Team ist etwas Besonderes, und sie hört nicht beim Alter der Team Members auf. Wir repräsentieren mittlerweile über 40 Nationalitäten im Team. Ich bin fest davon überzeugt, dass uns das, was uns voneinander unterscheidet, einzigartig macht und gleichzeitig das, was uns miteinander verbindet den Erfolg bringt: die gemeinsame Begeisterung für authentische Hospitality.

**25 Jahre sind eine lange Zeit. Wie haben Sie das Jubiläumsjahr gestaltet, um dieser Tatsache Tribut zu zollen?**

Natürlich haben wir den Geburtstag ausgiebig mit dem Team gefeiert, aber auch für die Gäste haben wir uns einiges einfallen

lassen. Den New York Champagne & Lobster Brunch, den es vor 25 Jahren gab, haben wir als Jubiläumsedition zurückgebracht. Viele Gäste der Neuauflage waren damals mit ihren Eltern zu Gast bei uns zum Brunch und kamen jetzt mit ihren Kindern.

**Gibt es ein bestimmtes Event oder eine Aktion, die Ihnen besonders im Gedächtnis geblieben ist?**

Von Whitney Houston bis Diego Maradona, viele Weltstars durften wir in den letzten 25 Jahren bei uns begrüßen. Es gab unzählige besondere Momente in der Geschichte des Hotels und fantastische Events, die wir begleiten durften, wie den Gipfel der G7-Finanzminister, die WM oder auch in diesem Jahr die EM.

Das, was mich aber besonders stolz macht, ist die Vielzahl an Karrieren und Perspektiven, die im Hilton Frankfurt geschaffen wurden. Mehr als 500 Fachkräfte haben wir ausgebildet, und auch heute noch zählen wir mit fast 50 Auszubildenden zu den Top-Ausbildern in Frankfurt.

Auch für mich persönlich war das Hilton Frankfurt das Sprungbrett für meine Karriere in der Hotellerie und bei Hilton.

**In den letzten Jahren hat sich ja schon viel verändert, wie beispielsweise die vollständige Renovierung der Zimmer und der Lobby inklusive Bar und Restaurant. Gibt es weitere Pläne für die Zukunft?**

Wir sind ständig auf der Suche nach neuen Möglichkeiten, nachhaltiger zu arbeiten und unseren ökologischen und sozialen Fußabdruck zu verbessern. Derzeit verfolgen wir ein Solarprojekt, das es uns ermöglicht, einen Teil des Energiebedarfs durch erneuerbare Quellen zu decken. Wir haben auch unser Food Waste Management und die lokale Beschaffung verbessert. Wir bieten unseren Gästen zum Beispiel ein 50-Mile-Menu an, mit regionalen Zutaten aus dem direkten Radius rund um Frankfurt.

Im sozialen Bereich arbeiten wir mit einem lokalen Partner zusammen, um Menschen mit einer Behinderung in unserem Team willkommen zu heißen, und haben durch diese Partnerschaft erfolgreich drei

fantastische neue Teammitglieder eingestellt. Infolgedessen wurde das Hilton Frankfurt City Centre für einen prestigeträchtigen Landespreis des Landes Hessen für vorbildliche Inklusionsbemühungen nominiert.

**Worauf freuen Sie sich am meisten?**

In 25 Jahren hat sich viel verändert, aber das, was immer noch an erster Stelle steht und auch immer bleiben wird, ist die Arbeit mit Menschen für Menschen.

Die größte Inspirationsquelle sind die Menschen, die Teammitglieder, die jeden Tag mit Energie, Begeisterung und Hingabe zur Arbeit kommen, um anderen, unseren Gästen, das Gefühl zu geben, etwas Besonderes zu sein. Conrad Hilton gründete



Fotos: Hilton Hotels

dieses großartige Unternehmen vor über 100 Jahren mit der festen Überzeugung, dass wir Hotelleute einen Unterschied in der Welt machen können, und noch heute folgen wir seiner Vision, „to fill the earth with the light & warmth of hospitality“

Genau diese Vision in die nächste Ära des Hilton Frankfurt zu tragen, bereitet mir Freude. (ag)

Anzeige

# Wow

## Prague InSpires

## Prague...

has a transportation system ranked **2nd** best in the world (Time Out, 2024), offering free public transportation tickets to association events

**53 %** of the city's area comprises of greenery, half woods, half lawns (HUGSI, 2024)

is the capital city of Czechia ranked **12** out of 167 in the UN Sustainable Development 2024 Goals Index

occupies **12th** place in Resonance Consultancy's exclusive ranking of the world's top urban economies for 2024

is **TOP 21** vegan friendly city with 3.7 restaurants per 100K residents (The Vegan World, 2023)

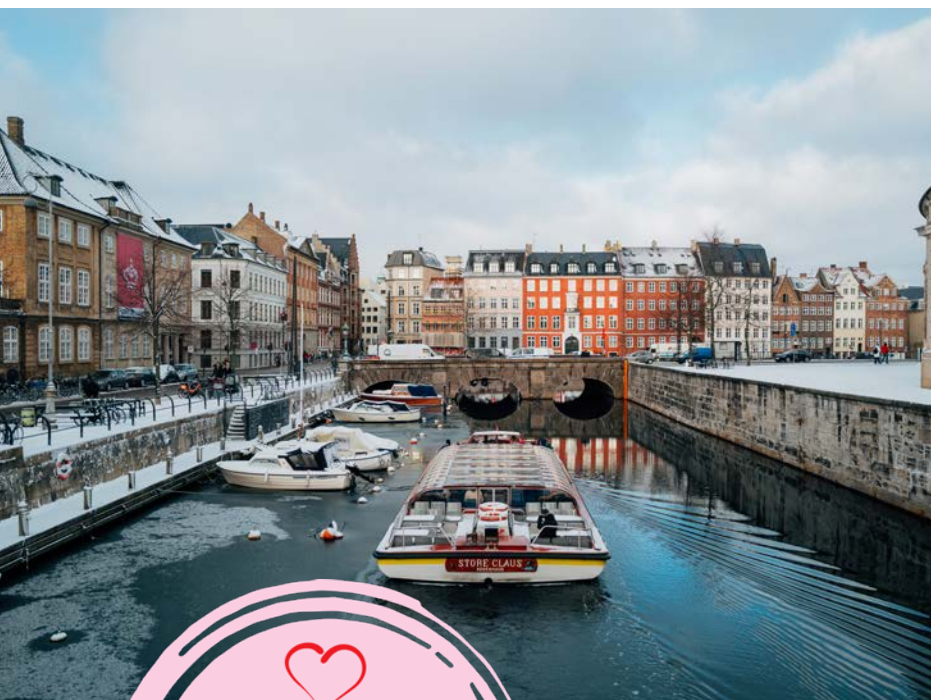
boasts with one of the largest UNESCO heritage areas in the world, covering **2 %** of the city

Find your way to sustainable events in Prague:

[info@pragueconvention.cz](mailto:info@pragueconvention.cz)  
[sustainable.pragueconvention.cz](https://sustainable.pragueconvention.cz)  
[#SustainabilityInSpires](https://twitter.com/SustainabilityInSpires)

Wow  
Prague  
Convention  
Bureau

# Die MICE Ladies machen sich auf den Weg nach Kopenhagen



**VOM 4. BIS 6.** Dezember 2024 findet die nächste MICE Ladies Reise in eine der führenden nachhaltigen MICE-Destinationen statt: Kopenhagen. Der Winter- und Pre-X-Mas Trip in Kooperation mit dem Copenhagen Convention Bureau bietet ein vielseitiges vorweihnachtliches Programm und stellt die dänische Hauptstadt als kreatives und nachhaltiges Winter-Wonderland vor.

Kopenhagen, bekannt für seine „Hygge“-Kultur und Lebensqualität, zählt zu den lebenswertesten Städten der Welt. Die Reise gibt den Teilnehmerinnen Einblicke in die einzigartige Kombination aus modernen Veranstaltungsorten, historischen Gassen und nachhaltigen Erlebnissen. Im Rahmen der Learning Journey erwarten die Teilnehmerinnen inspirierende Begegnungen mit starken Frauen aus der Region, ein erlebnisorientiertes ko-kreatives Programm sowie ein Stakeholder-Dialog, der sich mit der Frage

beschäftigt, wie Veranstaltungen nachhaltiger und sinnstiftender gestaltet werden können.

„Wenn es um langfristige positive Wirkkraft und Nachhaltigkeit bei der Eventgestaltung geht, ist es entscheidend, mit- und voneinander zu lernen. Wir können es kaum erwarten, die MICE Ladies Community in unserem weltoffenen und gleichzeitig gemütlichen, bewussten und achtsamen Kopenhagen willkommen zu heißen. Wir freuen uns darauf, Best Practices mit dieser inspirierenden Gruppe von Eventprofis zu teilen und ihnen die Möglichkeit zu bieten, zu dieser magischen Jahreszeit in unsere Stadt und ihre vielen Traditionen einzutauchen“ sagt Lene Corgan, Head of Business Development, Business Events Copenhagen Convention Bureau / Wonderful Copenhagen. Tanja Knecht, Gründerin der MICE Ladies und CEO MICE Impact, erklärt: „Kopenhagen ist eine der nachhaltigsten MICE

Destinationen der Welt und wir freuen uns sehr darauf, unseren hochqualifizierten Veranstaltungsplanerinnen diese faszinierende Stadt mit einem wundervollen Programm unter dem Motto „COSY, CONSCIOUS, CURIOS“ vorstellen zu dürfen. Geschäfte macht man mit Menschen – deshalb schäfen wir bei unseren MICE Ladies Reisen emotionale Erlebnisse und persönliche Begegnungen, die berufliche und persönliche Entwicklung miteinander verbinden – ein ideales Fundament für zukünftige Geschäfte.“

Aktuell sind noch wenige Plätze frei - Anmeldung zur Kopenhagen MICE Ladies Reise „COSY, CONSCIOUS, CURIOS“ für EventplanerInnen in Unternehmen, Agenturen und Verbänden sowie für Freelancerinnen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz:

[mice-ladies.com/next-trips/copenhagen-trip-2024](https://mice-ladies.com/next-trips/copenhagen-trip-2024)  
Fotos: Copenhagen Convention Bureau

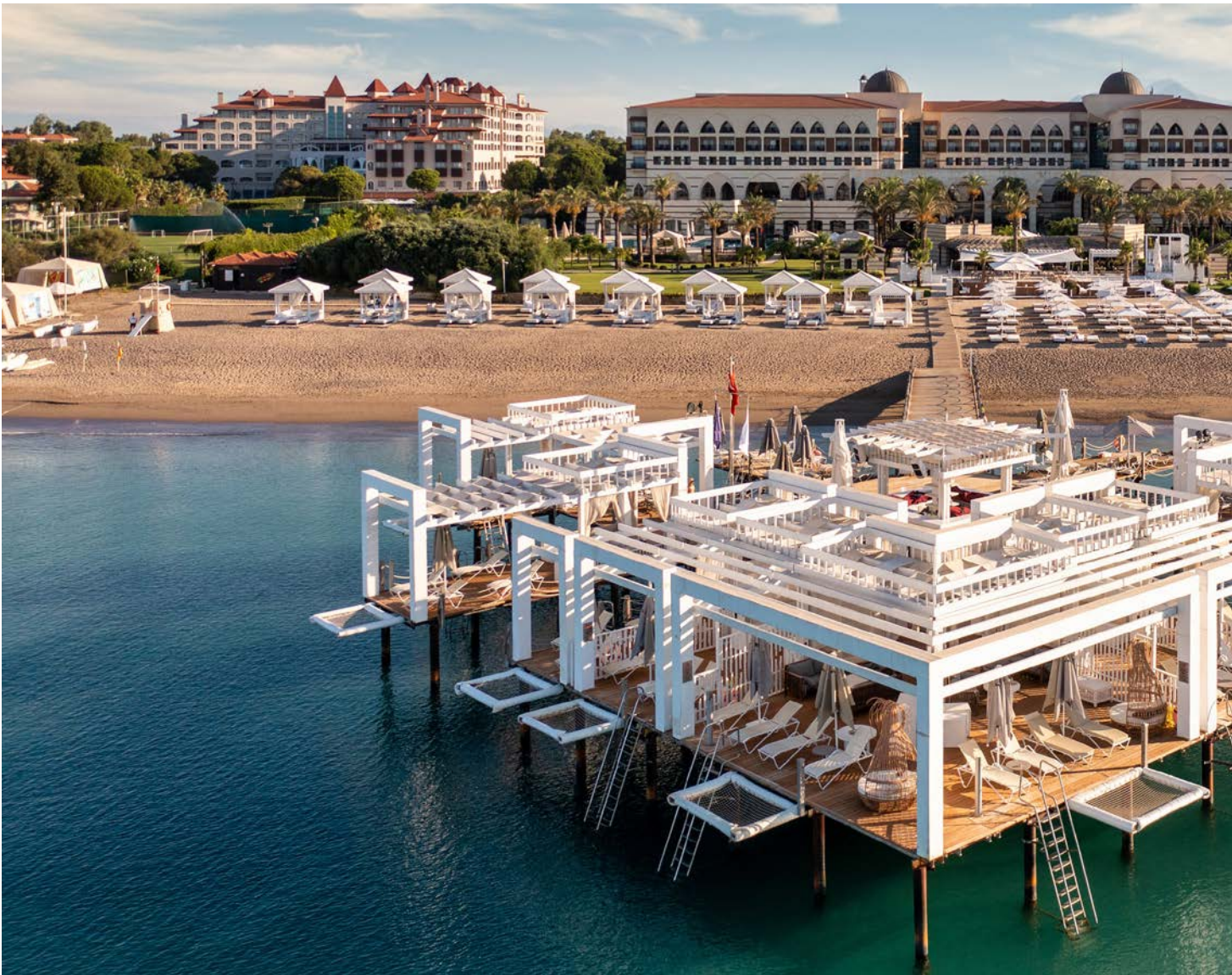
# Weltneuheit mit **WOW**-Effekt

Die kinetische polySTAGE im  
Austria Center Vienna



Mehr auf [www.polystage.at](http://www.polystage.at)





## Kempinski mal wieder im Doppelpack

**Bereits im letzten Jahr hatten wir die Möglichkeit, zwei nahe beieinanderliegende Kempinski-Häuser auf einmal zu erkunden. Und da es ja heißt, never change a running system, haben wir das Ganze in diesem Jahr in der Türkei wiederholt: nämlich mit dem Çiragan Palace in Istanbul und dem Kempinski Hotel The Dome Belek.**

**LETZTERES ÖFFNETE** im Juli 2005 – direkt an der Mittelmeerküste in der Nähe von Antalya – erstmals seine Türen. Durch die Lage gestaltet sich die Anreise entsprechend einfach. Der internationale Flughafen Antalya ist mit nahezu jedem deutschen Flughafen verbunden, und das, je nach Saison, auch mehrmals täglich.

Im Anschluss an die vollständige Renovierung der bestehenden insgesamt 158 Zimmer und Suiten folgte in diesem Sommer auch die offizielle Eröffnung der neu-

esten Ergänzung im Hotelportfolio: die 12 Golf- und 31 Lagoon-Suites.

Während die Golf-Suites sich vorrangig an die golfenden Gäste des Fünf-Sterne-Hauses richten und einfachen Zugang zu den beiden hoteleigenen Golfplätzen ermöglichen, sind die Lagoon-Suites näher am Haupthaus gelegen. Per Holzbrücke sind die kleinen Villen mit diesem verbunden. Wer die ca. 100 m nicht zu Fuß gehen möchte, kann sich jederzeit mit dem Golf-Buggy shutteln lassen.

Die Besonderheit der Lagoon-Suites besteht in der rund herum laufenden beschwimmbaren Lagune, aber auch der Tatsache, dass jedes Zimmer als eigenständiger Bungalow konzipiert ist. Durch die Spitzdächer ergeben sich im Inneren eine enorme Deckenhöhe und ein ganz besonderes Wohngefühl. Die Weitläufigkeit der 90 m<sup>2</sup> großen Suiten wird durch die Aussicht auf den Golfplatz verstärkt, schon von der Zimmertür aus wird der Blick durch die Geradlinigkeit des Designs dorthin



Direkt am türkischen Mittelmeer gelegen und mit jeder Menge Platz: das Kempinski Hotel The Dome Belek. Fotos: Kempinski Hotels

gelenkt. Der Flur verläuft absolut gerade durch das Zimmer. Keine Ecken oder Nischen versperren den Blick. Dem Schlafzimmer vorgelagert ist eine großzügige Terrasse mit persönlichem Zugang zur Lagune. Die gemütlichen Möbel ermöglichen Entspannung nach einem Meeting oder Arbeitstag.

Neben den neu eingeweihten Suiten warten im Haupthaus die bereits erwähnten 158 Zimmer und Suiten, wobei die Zimmer mit einer großzügigen Wohnfläche von 38 m<sup>2</sup> beginnen und entweder in Richtung Garten, Golfplatz oder Meer ausgerichtet sind.

Ein eher dezentes Farbkonzept wurde hier bei der Renovierung eingesetzt, um eine äußerst entspannende Atmosphäre zu kreieren.

Die Suiten folgen sowohl dem gleichen Design-Konzept als auch der Unterteilung je nach Ausblick vom Balkon, starten jedoch bei 76 m<sup>2</sup>. Ganze 180 m<sup>2</sup> erwarten Gäste in der Seljuk Suite, die sich nicht nur in puncto Größe, sondern auch im Design etwas abgrenzt. Denn hier spiegelt sich das kulturelle Erbe der Seldschuken wider, deren Kunst in Persien die gleiche Bedeutung zukommt wie der italienischen in Europa. Sie war prä-

gend über Jahrhunderte. Die Suite eignet sich jedoch nicht nur ausschließlich zum Wohnen. Durch ihre Größe können auch kleinere Events und Meetings mit Panoramablick auf das türkische Mittelmeer realisiert werden.

### Drinne oder draußen?

Für den klassischen MICE-Alltag hält das Kempinski Belek insgesamt sieben Meetingräume für bis zu 450 Personen bereit. Darunter ist auch ein Ballsaal, der mit zwei kleineren Einheiten verbunden werden kann – entweder als Workshop-Räume oder Speaker-Warteraum nutzbar.

Ein absoluter Pluspunkt des Hauses sind allerdings die Außenflächen, die bei entsprechender Planung oder auch bei einem Buy-out in jedes Event-Konzept eingearbeitet werden können. Ein Gala-Dinner eingerahmt durch die Säulengänge am Haupteingang, eine stimmungsvolle Cocktailparty entlang der Poollandschaft oder ein Empfang auf der großzügigen Terrasse der Lobby-Bar: Grundsätzlich ist alles möglich. Durch die relativ überschaubare Größe mit „nur“ 158 Zimmern und Suiten ist ein Buyout grundsätzlich auch nicht unrealistisch.

### Kulinarische Vielfalt

Insgesamt sechs verschiedene Outlets finden sich auf dem 17 ha umspannenden Resort – zwei Golfplätze sind hier



Die Lagoon Suites sind die neueste Erweiterung des Portfolios und sind auch für MICE-Gruppen eine interessante Option.





Das Sofra by the Lake ist nur eine der vielen kulinarischen Outlets innerhalb des Resorts.  
Fotos: Kempinski Hotels

wahl der richtigen Adresse steht das Team des Kempinski natürlich mit Rat und Tat zur Seite.

### Eine Cabana bitte!

Eine tolle Anlaufstation insbesondere für Incentive-Gruppen sind die Cabanas des Hotels. Hier sind die Pier-Cabanas besonders erwähnenswert. Auf Pfählen direkt ins Meer gebaut, finden sich hier verschiedene Cabanas, die zum Teil sogar miteinander verbunden werden können, um noch größeren Gruppen Platz zu bieten. Der ungestörte Blick auf das Meer ist allerdings allen gemein, ebenso die gemütliche Einrichtung inklusive eines Netzes über dem Wasser zum Sonnen und Entspannen und des direkten Zugangs zum Wasser mittels Leiter.

Für das leibliche Wohl sorgt die in der Mitte der Cabanas befindliche Bar, an der sowohl Drinks und Snacks als auch andere Speisen gereicht werden. Auch hier gilt das All-Inclusive-Prinzip des Hauses.

### Auf historischen Pfaden wandeln

Wer seinen Teilnehmern die Geschichte der Region näherbringen will, hat rund um Belek verschiedene Optionen.

Einmal wäre da ein Ausflug nach Aspendos möglich. Etwa 46 km von Antalya entfernt liegt das ehemalige pamphyliche Handelszentrum, das ein beeindruckendes Zeitzeugnis darstellt. Das aus der Römerzeit stammende Amphitheater wird noch heute für Open-Air-Veranstaltungen genutzt. Vom Theater aus führt zudem ein Fußweg hoch auf den Akropolis-Hügel, wo verschiedene römische Gebäude sehr gut erhalten sind und das Leben der damaligen Zeit widerspiegeln.

Zwar nicht so weit entfernt, aber doch etwas umfassender stellt sich ein Besuch in Perge dar. Die ersten Siedlungsspuren stammen aus dem 4. Jahrtausend v. Chr. Auch hier sind noch einige Teile der alten Stadt erhalten, und bei einem Spaziergang durch die Ruinen lässt sich das prachtvolle Aussehen gut rekapitulieren.

Für jeden der Ausflüge sollte unbedingt ein Guide engagiert werden. Die Stätten sind zwar gut aufbereitet, aber die lange Historie passt kaum auf einzelne Tafeln. (ag)

→ natürlich inkludiert. Eine kleine Besonderheit hinsichtlich der Kulinarik ist das All-Inclusive-Konzept, das in Belek offeriert wird. Denn es ist das einzige in der gesamten Gruppe.

Begonnen wird der Tag im Seljouk Restaurant. Das Buffet-Restaurant öffnet seine Türen auch mittags und lässt zur jeweiligen Mahlzeit keine Wünsche offen. Durch die Nutzung für Gäste ausschließlich zu Frühstück und Lunch können Gruppen beispielsweise am Abend exklusiv über das Restaurant verfügen. Gerade für große Gruppen, da es sowohl innen als auch

außen viele Sitzplätze gibt, eine sehr gute Möglichkeit.

Gleich nebenan findet sich das Lale Restaurant, das im regulären Betrieb mit Themenbuffets und verschiedenen Live-Cooking-Stations überzeugt. Auch hier können Gäste sowohl innen als auch außen Platz nehmen. Dadurch ergeben sich auch Optionen für Gruppen. Große Tafeln oder einzelne Bereiche können je nach Bedarf privatisiert werden und geben genug Raum.

Für Lunch und Dinner wiederum ist die Palm Lounge Bar geöffnet. Das Restaurant bietet internationale Küche und liegt zwischen der riesigen Poollandschaft und dem hoteleigenen Strand. Offeriert werden – fast schon selbstverständlich – Seafood und gegrillte Spezialitäten.

Last but not least gibt es während der Sommersaison noch das Sofra by The Lake. Dieses exklusive Restaurant liegt in der Nähe der exklusiven Villen und ist Teil des All-Inclusive-Konzepts für ebendiese. Je nach Buchungslage können Gruppen hier ebenfalls dinieren. Der vollverglaste Bau erlaubt einen wirklich tollen Blick auf den umliegenden Golfplatz.

Wem die Möglichkeiten im Hotel nicht ausreichen sollten, der kann sich auch in der näheren Umgebung nach verschiedenen Restaurants umschaun. Bei der Aus-

Auch für Gruppen buchbar: Die Cabanas auf dem hoteleigenen Pier sind ein absolutes Highlight.





The logo for Icelandair, featuring the word "ICELANDAIR" in a bold, blue, sans-serif font. To the right of the text is a stylized blue wing icon with three white horizontal lines.

Ein Land voller Naturwunder

Nonstop nach Island

[icelandair.de](http://icelandair.de)

Direktflüge nach Island  
von über 50 Gateways  
weltweit

Icelandair fliegt ganzjährig in nur 3½ Stunden nonstop nach Island; ab Frankfurt, München, Berlin und Zürich – und in der Sommersaison auch ab Hamburg und Genf.

Genießen Sie komfortablen Sitzabstand, kostenlose alkoholfreie Getränke und Inflight-Entertainment mit dem „Spirit of Iceland“.

# Ein Palast für MICE



**ZWAR WAREN WIR** schon während unserer MICE Trophy in der türkischen Hauptstadt unterwegs (s. Seite 9), hatten zu diesem Zeitpunkt aber keine Zeit, dem Kempinski Hotel Istanbul I Çırağan Palace ebenfalls einen Besuch abzustatten. Das haben wir dann ein paar Monate später nachgeholt.

Die Geschichte des Çırağan Palace reicht bis ins 17. Jahrhundert zurück. Ursprünglich als Gärten, die nur für die Familie des Sultans zugänglich waren, geplant, entstand in der als Kazancıoğlu-Gärten bekannten Anlage in der frühen Hälfte des 17. Jahrhunderts das erste kaiserliche Bauwerk.

Die erste namentliche Erwähnung als Çırağan erfolgte zu Beginn des 18. Jahrhunderts, als Großwesir Ibrahim Pascha ein Gebäude errichten ließ und dies seiner geliebten Frau widmete. Das Herrenhaus am Ufer des Bosphorus erlebte zahlreiche gekrönte Häupter und rauschende Feste, bis letztlich zu Beginn des 20. Jahrhun-

derts ein verheerendes Feuer nahezu alles zerstörte. Es dauerte ganze 75 Jahre, bis sich ein Investor in enger Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Tourismus und Kultur der Türkei an die Arbeit machte und dem ehemaligen Prachtstück neues Leben einhauchte.

1987 begannen die Bauarbeiten, die neben der Rekonstruktion des Herrenhauses auch den Bau eines neuen Gebäudes beinhalteten. Es entstand etwas zurückgesetzt, direkt neben dem Palast, seine Architektur an die des Palastes angelehnt. Die Architekten wollten den Palast und seine Schönheit in den Mittelpunkt stellen, aber dennoch ein modernes und ansprechendes Luxushotel kreieren. Mit der Eröffnung am 15. Januar 1991 begann also die neue Geschichte des Çırağan Palace.

Beide Gebäudeteile sind miteinander verbunden, sind aber rein theoretisch auch völlig autark voneinander nutz- und buchbar.

## Osmanische Opulenz

Sowohl Neu- als auch Altbau überzeugen mit ihrem Design und dem Bezug zur osmanischen Kultur. Während der Neubau durch in gewisser Weise neu interpretierte Historie punktet und über den Großteil der Zimmer, Spa und mehrere Restaurants verfügt, wurde der Palast selbst in seinen alten Glanz zurückversetzt, er offeriert neben sechs Suiten die Mehrzahl an Meetingräumen.

Auf 17 verschiedene Möglichkeiten können Planer zurückgreifen. Während sich davon drei kleinere Meetingräume im Neubau befinden, liegt der Rest auf zwei Ebenen im Palast. Vom kleinen Boardmeeting bis hin zum großen Event im Ballsaal (1020 pax.) bestechen alle Räumlichkeiten mit vielen Details wie Stuck, kunstvoll gestalten Holzwänden oder schlicht nur mit dem ungestörten Blick auf den Bosphorus.

Eine Besonderheit, die wirklich unbedingt in jedes Event eingebaut werden soll-

te, ist das historische Hamam, das das Feuer von 1910 ohne jegliche Beschädigung überstanden hat. Eine authentische Zeitreise für bis zu 60 Personen bei einem Cocktailempfang ist möglich. Schon beim Betreten des vollständig mit Marmor gestalteten türkischen Bades wird man von der Schönheit dieser Räume in Beschlag genommen. Die Liebe zum Detail und die Art und Weise, wie hier gebaut wurde, sucht ihresgleichen in der heutigen Architektur. Ein absolutes Highlight für jedes Event!

Ein großer Vorteil ist zudem die Konzentration der Räume auf zwei Ebenen des Palastes. So können auch Veranstaltungen mit unterschiedlichen Programmteilen ohne Probleme separat voneinander durchgeführt und vorbereitet werden. Das erleichtert den reibungslosen Ablauf enorm.

Zu den Indoor-Möglichkeiten gesellen sich die großzügigen Gartenanlagen innerhalb des Gebäudekomplexes, die ebenfalls gerne gebucht werden können. Ein stimmungsvolles Dinner oder Fest auf der an den Bosphorus gebauten Event-Terrasse ist eine dieser Möglichkeiten. Da dieses Venue aber auch für Hochzeiten äußerst beliebt ist, ist eine frühzeitige Planung unabdingbar. Außerdem sei angemerkt, dass hier um Mitternacht der Vorhang fallen muss. Sonst werden die Hotelgäste zu sehr gestört. Wer seine Veranstaltung um diese Uhrzeit noch nicht beenden möchte, hat die Option, beispielsweise in den Ballsaal umzuziehen. Die Kapazitäten korrespondieren je nach Bestuhlungsvariante und Veranstaltungsart.

**li.o.:** Mit einer gelungenen Mischung aus historischem Charme und modernen Annehmlichkeiten punktet das Çırağan Palace. Fotos: Kempinski Hotels

**re.o.:** Cocktail-Empfang in einem historischen Hamam? Kein Problem! Und in jedem Fall besonders.

**re.u.:** Die Zimmer im Çırağan Palace sind geschmackvoll eingerichtet und spielen mit den Design-Elementen der osmanischen Geschichte.



### Die Qual der Wahl

Ähnlich vielfältig präsentiert sich die kulinarische Ausrichtung des Çırağan Palace. Zwei Restaurants mit jeweils eigenständigem Konzept finden sich im ehemaligen Palast. Während das Bellini sich auf die italienische Küche fokussiert, interpretiert das Tuğra die türkische und osmanische

Küche neu. Unter der Leitung von Küchenchef Emre Inanir werden hier köstliche Kreationen kredenzt. Abgerundet wird das Dinner-Erlebnis mit der Atmosphäre im Restaurant. Unschlagbar ist jedoch der Platz auf der Terrasse mit Blick auf die Lichter der Stadt und den Bosphorus.

Drei weitere Restaurants finden sich im Neubau des Fünf-Sterne-Hauses. Besonders charmant ist dabei das Gazebo, das als Lobby Lounge Restaurant konzipiert ist und mit der umfassenden Renovierung des gesamten Hauses ein besonderes Design erhielt. Alle Elemente erinnern an die Schönheit und Opulenz der osmanischen Gärten. Formen und Farben erinnern an die Blumen, die für diese Gärten typisch sind, und bilden zugleich die farblichen Akzente in dem sonst eher in dezenten Farben gestalteten Restaurant. Neben der international ausgerichteten Küche ist das Gazebo auch für seinen Afternoon Tea in ganz Istanbul bekannt. Ein Abstecher lohnt sich also in jedem Fall.

Abgerundet wird das Angebot mit dem mediterran ausgerichteten Akdeniz, einem neuen Restaurant im Portfolio des Hauses, sowie dem Le Fumoir, einer Zigarren-Lounge und Snack Bar. Insbesondere in wärmeren Nächten lohnt es sich, hier im Außenbereich inmitten des Hotelgartens Platz zu nehmen und den Abend ausklingen zu lassen. (ag)





## MeetCatalunya – eine MICE-Destination stellt sich vor

**IN DIESEM JAHR** lud das Catalunya Convention Bureau wieder zum Branchentreffen ein. Insgesamt etwas mehr als 70 internationale Eventplaner folgten dem Ruf nach Girona, wo der Workshop seinen Anfang nahm und für die erste Etappe im Golf-Resort Camiral, das vielen wohl noch unter dem Namen PGA Catalunya bekannt sein dürfte, haltmachte. Das Fünf-Sterne-Resort ist weit über die Grenzen Spaniens als Top-Golf-Resort bekannt, bietet aufgrund dieser Weitläufigkeit aber auch enorme Vorteile für MICE-Planer. Neben den 500 ha mediterranem Wald, der das Resort umgibt, finden sich insgesamt acht Meetingräume, die allesamt über Tageslicht verfügen und für unterschiedlichste Veranstaltungstypen bespielt werden

können. Zusätzlich sind die Outdoor-Flächen und Restaurants die richtigen Locations innerhalb des Resorts.

### Meet Green

Neben den lokalen Anbietern aus ganz Katalonien, die sich am folgenden Morgen während der One-to-One-Meetings präsentieren konnten, stand die diesjährige Ausgabe unter dem Motto Green Edition. Dadurch wurde das Thema Nachhaltigkeit, tatsächlich in Gänze, in den Mittelpunkt gerückt. So erhielten nicht nur gleich sechs soziale beziehungsweise

Im Garten der Finca Bastille lassen sich hervorragend Events organisieren.

Foto: MeetCatalunya



Die diesjährige Edition des MeetCatalunya Workshops fokussierte sich auf verantwortungsvolle Meetings. Foto: MeetCatalunya

Umwelt-Organisationen die Möglichkeit, sich vor- und die Optionen für MICE darzustellen, sondern es wurde auch aufgezeigt, wie diese Optionen in der Praxis zielführend in MICE-Programme integriert werden können.

Dies geschah während eines Marketplace am Abend in der Finca Bastille, einer Eventlocation in der Nähe des Camiral. Im ersten Teil konnten die Teilnehmer von Aussteller zu Aussteller ziehen und sich informieren. Im Anschluss daran wurde der Garten der Finca zum Open-Air-Dinner-Venue. Bei interessanten Gesprächen und hervorragendem Essen ließen alle den Abend ausklingen.

### Tiefere Einblicke

Allerdings galt es für die angereisten Planer nicht nur, Girona und Umgebung zu entdecken. Mehrere Famtrips, die sich an den Präferenzen der Planer orientierten, fanden im Anschluss an den Workshop statt und zeigten die Vielfalt der gesamten Region. Von Weingütern über Strand-Venues und Incentive-Ideen war alles vertreten. Und natürlich durfte Barcelona nicht fehlen.

### 22@ – smart und beeindruckend

Eines der wohl beeindruckendsten Projekte in der Hauptstadt Kataloniens ist das 22@ und damit die Revitalisierung des ehemaligen Industrieviertels um Poblenou im Stadtteil St. Marti. Ziel ist es, das Viertel zum technologischen und innovativen Zentrum der Stadt zu machen. Diese lang angelegte Stadtplanung begann in den 2000ern und erstreckt sich räumlich über einen Bereich von knapp 200 ha. So wurden beispielsweise Hochschulen errichtet, neuer Wohnraum geschaffen und internationale Unternehmen wie

Microsoft, Yahoo! oder Sanofi-Aventis siedelten sich an. Alles in allem wurde hier ein spannender Mix aus historischen Fabrikgebäuden – die per Vorschrift zum Teil erhalten werden müssen – ebenso wie begrünten und verkehrsberuhigten Flächen für ein lebenswerteres Leben innerhalb einer Metropole wie Barcelona geschaffen, ergänzt um spannende und gleichsam moderne Architektur – immer mit dem Blick auf Nachhaltigkeit und die Ansprüche an modernes urbanes Wohnen, Leben und Arbeiten.



### Modern und Zeitreise zugleich

Mitten im smarten Distrikt Barcelonas hat sich Marriott mit einem Haus seines Tribute-Portfolios niedergelassen. Das LabTwentyTwo Barcelona präsentiert sich als zeitgenössischer Bau, der aus hauptsächlich nachhaltigen Materialien gefertigt wurde. Es besticht mit seinem einzigartigen Design, das zwar topmodern daherkommt, aber zugleich aufgrund der verwendeten Formen und Farben stark an die 60er-Jahre erinnert. Schon die Lobby lädt Gäste zum Verweilen ein und zeichnet sich durch ihr Design aus. Fließende

Übergänge in dem Bereich zwischen Bar, Arbeitsplätzen und Terrasse offerieren zudem das perfekte Umfeld für nahezu jedes Anliegen.

185 Zimmer und Suiten finden sich unter dem Dach des Vier-Sterne-Hauses, die wiederum einerseits inspiriert sind vom urbanen Umfeld, andererseits aber auch von den in der Nähe gelegenen Stränden der Stadt.

Kulinarisch gibt es im LabTwentyTwo zwei Anlaufstellen. Za'atar Pool & Bar ist dabei die erste. Wie der Name schon vermuten lässt, befindet sich hier die Poolbar mit authentischer und aus der ganzen Welt inspirierter Küche neben dem Rooftop-Pool des Hauses und bietet einen 360-Grad-Blick über die Stadt. In typisch spanischer Manier sind die verschiedenen Gerichte als Tapas ausgelegt.

Die zweite Variante ist das Alcahofa Restaurant, das als klassisches Hotelrestaurant fungiert und daher sowohl zum Frühstück als auch zu Lunch und Dinner öffnet. Hier stehen nachhaltige, gesunde und organische Gerichte auf der Speisekarte. Aufgrund seiner Größe lässt sich das Alcahofa auch für Gruppen hervorragend bespielen.

Im direkten Umfeld dieses Restaurants befindet sich zudem der Meetingbereich des Hauses. Auch hier überzeugt das LabTwentyTwo mit Design und einem durchdachten Konzept. Die großen Foyersflächen mit vielen Sitzmöglichkeiten und einer eigenen Bar ermöglichen Gespräche außerhalb der insgesamt fünf Meetingräume. Dadurch kann ein ungezwungenes Eventdesign umgesetzt und der Austausch zwischen Teilnehmern ermöglicht werden. 239 m<sup>2</sup> stehen Planern zur Verfügung.

**re.o. & re.u. :** 22@ ist ein fantastisches Projekt innerhalb Barcelonas. Neben globalen Firmen haben sich hier auch innovative Hotels mit einem spannenden Design und Blick auf Nachhaltigkeit angesiedelt, wie das LabTwentyTwo. Fotos: 2023 STUDIO 500N



Früher zukunftsweisendes öffentliches Krankenhaus, heute spannende Eventlocation und Museum: das Hospital de la Santa Creu i Sant Pau.  
Fotos: Sant Pau Barcelona

### → Kontrastprogramm Jugendstil

Nur einen Katzensprung vom aufstrebenden 22@ entfernt liegt ein wahrer Kulturschatz der Stadt, den Planer unbedingt auf dem Zettel haben sollten: Sant Pau. Anfang des 20. Jahrhunderts, genau gesagt zwischen 1905 und 1930, von dem Architekten Lluís Domènech i Montaner erbaut, fungierte das Gebäude über acht Dekaden als Krankenhaus. Das Santa Creu i Sant Pau war ein fester Bestandteil der Gesundheitsversorgung der Stadt, bis 2009 Renovierungsarbeiten begannen und das ehemalige Krankenhaus zu einem Wahrzeichen umfunktioniert wurde. Möglich wurde der Bau des zivilen Krankenhauses seinerzeit durch die großzügige Spende Pau Gil i Serras. Der in Barcelona geborene Geschäftsmann verankerte in seinem Testament, dass ein Teil seines Vermögens für den Bau dieses Großprojekts genutzt werden sollte. Durch einige weitere Bedingungen stellte er sicher, dass hier das Modell der Pariser Krankenhäuser, wo er sich zwischenzeitlich niedergelassen hatte, hinsichtlich Bau und Führung des Hauses als Basis dienen sollte. Die gegründete Stiftung sollte den Erwerb des

Grundstücks sowie den Bau finanzieren, die laufenden Kosten hingegen sollte der künftige Eigentümer tragen. Letzterer war in den Augen Serras bestenfalls die städtische Hand, um – wie in Paris – auch den Armen eine vernünftige Versorgung zu gewährleisten. Noch heute empfängt eine große Statue des großzügigen Spenders die Gäste am Haupttor zum Krankenhauskomplex.

Aber nicht nur die kulturelle und historische Funktion des Sant Pau macht es als Baustein im MICE-Portfolio Barcelonas interessant. Unter den Dächern der 13 Pavillons, in denen sich früher die einzelnen Krankenhausbereiche befanden, liegen heute einige Meeting- und Konferenzmöglichkeiten. Die beeindruckende Architektur und die kunstvoll gestalteten Decken und Gewölbe verleihen sicherlich jeder Veranstaltung den richtigen Rahmen.

Die meisten Optionen bietet das ehemalige Administrationsgebäude, das zugleich auch den Mittelpunkt des Komplexes bildet. Von hier aus sind alle weiteren Bereiche zugänglich. Mit dem Paul Gil Auditorium und dem Cambó Auditori-

um (beide 190 px.) finden sich gleich zwei Auditorien im ersten Stockwerk des Westbeziehungsweise Ostflügels. Neben der State-of-the-art-Technik bestechen beide Räume nicht nur mit einer ganz besonderen Deckengestaltung; durch die Gewölbe ergibt sich fast ein kathedralenartiger Charakter. Kein Wunder, dass sich Paare häufig für eines der beiden Auditorien als Ort für die bevorstehende Hochzeit entscheiden.

In fast schon royalem Ambiente empfängt die Lluís Domènech i Montaner Hall, ebenfalls im ersten Stock. Der 170 m<sup>2</sup> große Saal liegt zwischen den beiden Auditorien und kann daher auch problemlos in Kombination bespielt werden. Vorgelagert ist das 100 m<sup>2</sup> große Foyer. Beeindruckend ist die Deckenhöhe, die sich über zwei Stockwerke erstreckt und mit kunstvoll gestalteten Fenstern auf der gesamten Fläche ihresgleichen sucht. Konferenz (130 pax.) oder Gala-Dinner (120 pax.) sind hier in jedem Fall richtig. Abgerundet wird das Ambiente durch die Marmorsäulen und feinen Mosaikkunstwerke.

Unterhalb des Gebäudes, also im ersten Untergeschoss, liegen die größten überdachten Kapazitäten. Der Hipòstila Saal erstreckt sich auf 465 m<sup>2</sup> und erlaubt bis zu 300 Personen. Die Mischung aus Backsteinsäulen und exquisiter Keramik bestimmt das Raumbild. Hinzu kommen zwei sich anschließende Räume, die eine enorme Flexibilität möglich machen.

Insgesamt acht klassische Meetingräume, zwei mit je 90 m<sup>2</sup> und sechs mit je 45 m<sup>2</sup>, verteilen sich auf den verschiedenen Stockwerken des Verwaltungsgebäudes. Last but not least befindet sich im dritten Stock des Gebäudes der 109 m<sup>2</sup>

große Boardroom, der bis zu 20 Personen fasst.

Darüber hinaus, und das bietet sich aufgrund der Wetterlage in Barcelona an, sind 4.000 m<sup>2</sup> Garten – gleichmäßig verteilt auf nördlichen und südlichen Bereich – verfügbar.

### Ein etwas anderes Hotelkonzept

Mitten in Barcelonas Forum-Bezirk liegt das Tembo. Das erst kürzlich eröffnete Haus bietet ausschließlich Apartments, aber gleichzeitig alle Annehmlichkeiten eines Hotelbetriebs: vom Frühstücksbuffet über die Hotelbar bis hin zum Rooftop-Pool mit Restaurant.

Zwischen 26 und 60 m<sup>2</sup> rangieren die 280 Studios und Apartments. Sie haben alle einen Balkon sowie eine Kitchenette. Helles Design mit großen Fensterfronten machen die Wohneinheiten gemütlich und erlauben es, sich auch bei einem Longstay wohlfühlen zu lassen.

Für den MICE-Gast stehen auf 1173 m<sup>2</sup> 13 Meeting- und Konferenzräume sowie eine circa 360 m<sup>2</sup> große Ausstellungs- und Eventhalle zur Verfügung, allesamt mit modernster Technik ausgestattet und lichtdurchflutet.

### Alles an einem Ort

Das Torre Melina Gran Meliá liegt nicht weit entfernt vom Stadtzentrum Barcelonas und bietet für Planer eine der komplettesten Lösungen. Neben den erst kürzlich renovierten 432 Zimmern und 17 Suiten wartet es nicht nur mit einem über 100

Jahre alten Garten auf 25.000 m<sup>2</sup>, sondern auch einem eigenen Beachclub und dem Palau de Congressos de Catalunya, einem vollständigen Konferenzzentrum, das ebenfalls von Meliá gemanaged wird. Hier können Veranstalter auf zwei Auditorien, 43 Säle, eine große Ausstellungsfläche, Gartenflächen sowie Multifunktionsflächen.

Eigentlich ist im Palau de Congressos de Catalunya jede Veranstaltung zwischen 10 und knapp über 2.000 Personen gut aufgehoben. Durch die durchdachte Architektur können einzelne Bereiche oder das gesamte Konferenzzentrum bespielt werden. Grundsätzlich sind auch Parallelveranstaltungen ohne Probleme möglich.

### Hoch hinaus

An gleich zwei Orten lässt sich Barcelona von oben genießen: dem Mirador Torre Glòries und dem Torre de Altamar.

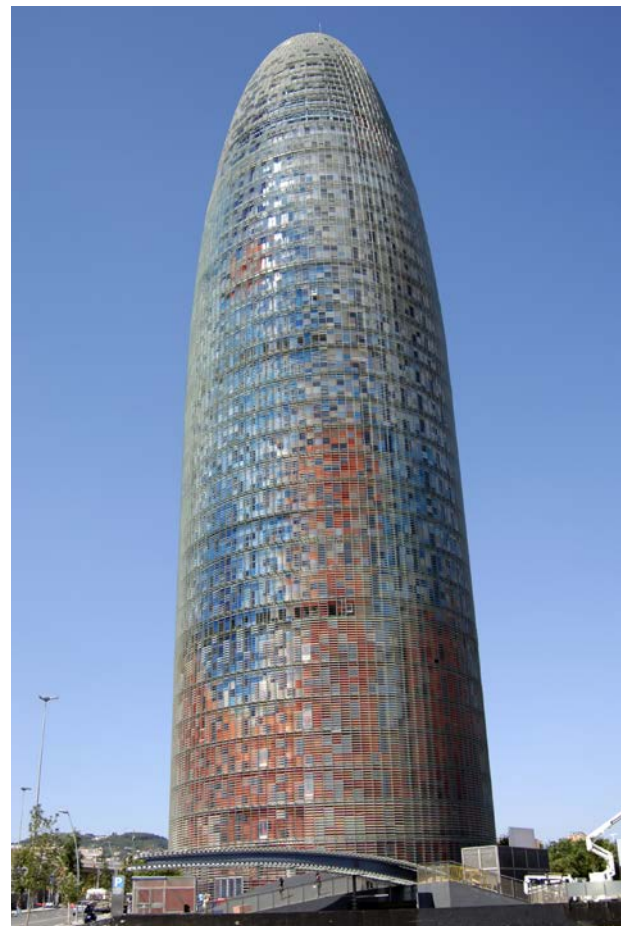
Ersterer ist nicht nur ein architektonisches Meisterwerk, sondern erlaubt nebenbei eine ganz besondere Barcelona-Erfahrung. Von der Lobby, die als Ausstellungsfläche genutzt werden kann, geht es

mittels Aufzugs hinauf in die 30. Etage. Diese liegt auf 125 m Höhe und bietet einen 360-Grad-Blick über die Stadt. Oben angekommen, beeindruckt allerdings nicht nur der Ausblick. Die interaktive Kunstinstallation von Tomás Saraceno stellt Barcelona aus einem anderen Blickwinkel dar und lädt zum Erkunden ein. Das spinnenartig angeordnete Kunstwerk ist nämlich begehbar. Allerdings ist die Räumlichkeit für Planer noch aus einem weiteren Grund von Interesse, denn außerhalb der Öffnungszeiten kann hier exklusiv bespielt werden. Dinner und Empfänge sind hier mit 60 beziehungsweise 140 Personen möglich.

Das Torre de Altamar befindet sich im San-Sebastián-Turm und ist entweder mit dem Aufzug oder der Seilbahn erreichbar. Auf 75 m Höhe lässt sich entweder das gesamte Restaurant privatisieren oder nur einzelne Tische buchen, je nach Bedarf und Gruppengröße. Egal welche Variante es wird, das Haute-Cuisine-Menü überzeugt in jedem Fall. Hinzu kommt der Blick über Barcelona, der das gelungene Ambiente noch einmal eindrucksvoll unterstreicht. (ag)

Architektonisch imposant, interessante Eventlocation mit Blick über ganz Barcelona und Heimat einer Kunstinstallation: der Mirador Torre Glòries.  
Fotos: Barcelona CVB

Rooftop-Pool mit Bar und Restaurant, stylische Studios und Apartments: So präsentiert sich das Tembo.  
Fotos: Tembo



# Zukunftsstrategie Teambuilding: 47% der Unternehmen sieht in Trendumfrage steigende Bedeutung



**Teambuilding-Aktivitäten gewinnen in Unternehmen kontinuierlich an Bedeutung, wie die aktuelle Umfrage „Teambuilding-Trends 2024“ zeigt. In den letzten drei Jahren ist die Relevanz von Teambuilding in 47 % der Unternehmen gestiegen und dieser Trend setzt sich fort: Fast die Hälfte der Befragten erwartet, dass Teamevents in den nächsten Jahren noch wichtiger werden. „Wir beobachten, dass immer mehr Kunden gezielt nach Teamevents fragen, die nicht nur den Teamgeist fördern, sondern auch messbare Erfolge für das Unternehmen erzielen“, sagt Sebastian Zieler, Geschäftsführer der Teamgeist GmbH. In der aktuellen Umfrage gaben 79 % der Befragten an, Teambuilding spiele eine wichtige bis entscheidende Rolle als Instrument in der Erreichung der Unternehmensziele.**

**DIE UMFRAGE, AN** der 561 Führungskräfte und Mitarbeitende liefert tiefe Einblicke in die aktuellen Bedürfnisse von Unternehmen und zukünftigen Entwicklungen in der Arbeitswelt im Bereich Teambuilding. Zentrale Ergebnisse der Umfrage:

## → Anhaltender Trend zu Teambuilding:

In den letzten drei Jahren hat die Bedeutung von Teambuilding in 47 % der Unternehmen zugenommen. Diese Entwicklung setzt sich fort, da 94,4 % der Befragten erwarten, dass Tea-

mevents in den kommenden Jahren mindestens genauso wichtig bleiben oder sogar noch wichtiger werden. Teambuilding stärkt insbesondere die Kommunikation und den Teamzusammenhalt, was sich positiv auf die Unternehmensziele auswirkt.

## → Teambuilding als Instrument:

Für 79 % der Befragten spielt Teambuilding eine wichtige bis entscheidende Rolle als Instrument zur Erreichung der Unternehmensziele. 36,3 % der Teilnehmer messen ihm eine große Bedeutung zu, während 42,4 % es als mittlere Priorität sehen.

## → Nachhaltigkeit und Digitalisierung als Zukunftstrends:

Nachhaltigkeit und Umweltbewusstsein sind für 55,9 % der Befragten das wichtigste Zukunftsthema im Teambuilding. Zudem gewinnen technologische Innovationen wie „Künstliche Intelligenz“ (37,4 %) und „Augmented Reality/Virtual Reality“ (28,1 %) an Bedeutung und könnten die Art und Weise, wie Teamevents gestaltet werden, grundlegend verändern.

## → Informationsquellen:

Die meisten Unternehmen informieren sich über Teambuilding-Anbieter hauptsächlich über Internetsuchen (77,4 %). Empfehlungen von Kollegen und Bekannten sind ebenfalls bedeutend und machen 15,4 % der Quellen aus.

## → Entscheidungsfindung:

In 41,2 % der Unternehmen liegt die Verantwortung für Team-events bei der Team- oder Abteilungsleitung. Die Geschäftsführung ist in 40,1 % der Fälle entscheidend beteiligt, während die Personalabteilung nur in 8,7 % der Unternehmen eine Rolle spielt.

## → Gruppengrößen:

76,4 % der Befragten planen kleinere Teamevents mit 10 bis 50 Teilnehmern, während 18,4 % größere Veranstaltungen für 50 oder mehr Personen bevorzugen.

## → Positive Auswirkungen:

Mehr als 75 % der Unternehmen haben durch Teambuilding-Maßnahmen eine Verbesserung des Teamzusammenhalts und der Kommunikation festgestellt. Ebenso berichteten viele von gesteigerter Motivation und Engagement der Mitarbeiter.

## → Erfolgsfaktoren:

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass Teambuilding-Maßnahmen vor allem in den Bereichen Teamzusammenhalt (68,6 %) und Kommunikation (59,1 %) als besonders wirksam empfunden werden. Dies unterstreicht, dass der primäre Mehrwert von Teambuilding in der Stärkung der sozialen Bindungen und der Kommunikation innerhalb von Teams liegt.

Die Umfrage zeigt, dass die Bedeutung von Teambuilding sowohl für den Unternehmenserfolg als auch für die Mitarbeiterbindung weiter zunimmt. Nachhaltigkeit und technologische Innovationen werden in der Zukunft eine zentrale Rolle spielen, während der Trend zu kreativen, nachhaltigen und interaktiven Teamevents die Unternehmenslandschaft weiterhin prägen wird.

„Die Ergebnisse unserer Umfrage verdeutlichen, dass Teambuilding mehr ist als ein nettes Extra – es ist ein entscheidendes Instrument für Unternehmenserfolg und Mitarbeiterbindung. Unternehmen suchen zunehmend innovative Lösungen, die nicht nur den Zusammenhalt stärken, sondern auch konkrete Unternehmensziele verfolgen. Wir freuen uns, diese umfangreichen Erkenntnisse gezielt in unsere Angebote zu integrieren. So können wir den Mehrwert von Teambuilding-Maßnahmen für unsere Kunden weiter steigern und ihre Teams optimal für die Zukunft aufstellen.“, so Jan Möller abschließend.

Hier finden Sie weitere Ergebnisse der Umfrage: [Umfrage „Teambuilding-Trends 2024“ – teamgeist.com](https://www.teamgeist.com)

Foto: teamgeist







**DIGITALISIERUNG UND NACHHALTIGKEIT** sind zwei der größten Transformationsfelder, mit denen sich Menschen heute in allen Lebensbereichen – ob persönlich oder professionell – auseinandersetzen. Wenngleich auf den ersten Blick voneinander unabhängig, so können sich Lösungen in beiden Bereichen doch wechselseitig befruchten. Das gilt auch und insbesondere für das Ökosystem von Veranstaltungen. Die „Twin Transformation“, ebenjene Gleichzeitigkeit des Wandels, gelingt für Business-Events umso besser, je stärker wir unseren Nachhaltigkeitsstrategien eine umfangreiche und systematische Datengrundlage zur Seite stellen. Mit dem „Sustainability Hub for Events“ wurde nun ein neues datenbasiertes und KI-gestütztes Tool gelauncht, das Event-Professionals in ihrer täglichen Arbeit mit ganz praktischen Antworten rund um Nachhaltigkeit versorgen kann – und zwar kostenfrei.

Das Besondere: Die Plattform basiert auf einer breiten Kollaboration unter anderem der globalen „Net Zero Carbon Events“-Initiative (NZCE) und der „Strategic Alliance of the National Convention Bureaux of Europe“ (SANCBE), zu deren Gründern das GCB German Convention Bureau e.V. gehört. Initiiert, entwickelt und betrieben wird SHE von Gevme, die gemeinsam mit PCMA auch für die bereits im vergangenen Jahr gestartete KI-Plattform „Project Spark“ verantwortlich zeichnen. Diese globale und branchenweite Zusammenarbeit bei SHE steht für die Überzeugung, dass die Twin Transformation innerhalb nationaler Grenzen oder in Datensilos nicht erfolgreich gestaltet werden kann. Je mehr hochwertige Daten in SHE eingespeist werden, desto besser der Output – so die Logik hinter dem lernenden Algorithmus.

GCB German Convention Bureau e.V.

## Twin Transformation: Die doppelte Dosis Zukunft für Business-Events



### Lernen, was andere bereits erprobt haben

„What’s in it for me?“ lautet die nächste Frage, die sich Event-Professionals nun stellen. Warum also sollte die Veranstaltungsplanerin eines großen Unternehmens, der Nachhaltigkeitsexperte eines städtischen Convention Bureaus oder die Sales Managerin einer Eventlocation ihre Anfrage bei SHE eingeben? Ganz einfach: Mit Input von Quellen aus – derzeit – 25 Ländern weltweit ist die Plattform keine Suchmaschine, sondern vielmehr eine Lösungsmaschine. Der Tagungsstandort Deutschland gehört dabei zu denjenigen Destinationen, die das größte Datenvolumen aus Strategien und Best Practices bereitgestellt haben und damit signifikant zur Qualität der Ergebnisse beitragen.

SHE bietet eine Vielzahl von KI-gestützten Tasks, die speziell für Event Planner und Veranstaltungsorte entwickelt wurden. Sie decken wesentliche Bereiche wie Energieeffizienz, Abfallmanagement, nachhaltiges Catering oder die Kalkulation von CO<sub>2</sub>-Emissionen ab. Nutzer\*innen wählen zunächst eine Aufgabe aus, geben Veranstaltungsdetails und weitere

inhaltliche Präzisierungen in das Aufgabenformular ein – und die Plattform generiert daraufhin maßgeschneiderte Empfehlungen. So kann sich zum Beispiel ein Veranstaltungsplaner unter Angabe von Veranstaltungsort und -art eine Checkliste mit Empfehlungen zu nachhaltiger Mobilität für die eigenen Teilnehmer\*innen ausgeben lassen. Wer andere Formate bevorzugt, kann zum Beispiel auch einen One-Pager, ein FAQ oder sogar ein Quiz-Format generieren. Die von SHE produzierten Ergebnisse berücksichtigen dabei stets die komplexen NZCE-Richtlinien, verwandeln sie jedoch in konkret umsetzbare Schritte, die speziell zur jeweiligen Veranstaltung passen.

### Nachhaltige Wirkung statt One-off Event

Zwei weitere Elemente machen die Plattform zu einem wertvollen Tool, um die Twin Transformation von Business-Events voranzutreiben. Das „Learning“-Modul hält umfangreiche Wissensressourcen zu zentralen Themen wie CO<sub>2</sub>-Kompensation, Emissionsmessung oder klimafreundliche Reiseplanung bereit und stärkt somit den Wissenstransfer

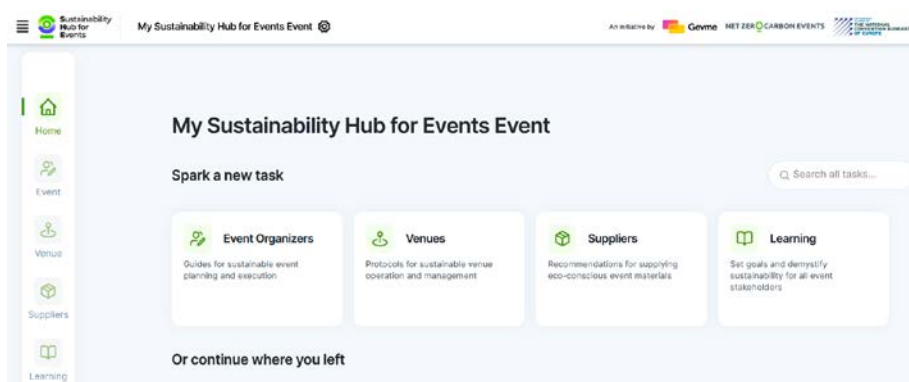


Abb.: SHE

→ und den Austausch von Best Practices. Auch das Thema „Legacy“, also die langfristige Wirkung einer Veranstaltung an ihrem Austragungsort und innerhalb der lokalen Bevölkerung, wird für Event-Professionals immer relevanter. Dazu bietet SHE ebenfalls eigene Bausteine, die explizit entsprechende Empfehlungen ausgeben.

Ganz im Sinne stetiger Adaption an neue Entwicklungen ist SHE kein statisches Tool: Die Plattform, die aktuell in über 20 Sprachen verfügbar ist, wird kontinuierlich mit Datenmaterial vielfältiger Stakeholder ergänzt. Business-Events als zentrales Instrument der Unternehmenskommunikation, als Ort des Wissenstransfers und als Plattformen für neue Lösungen entwickeln sich ständig weiter

– und diese Evolution soll sich auch in Ressourcen wie SHE widerspiegeln.

**Weitere Informationen und kostenfreier Zugang zur Plattform unter <https://she.gevme.com/>**

Übrigens: Die Twin Transformation der Veranstaltungswelt wird auch zentrales Thema der kommenden „Sustainable Events Conference“ (SECON) sein, die am 24. und 25. Februar 2025 auf dem Landgut Stober stattfindet.

**Weitere Informationen zur vom GCB und dem EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungszentren e.V. veranstalteten SECON finden Sie hier: [www.secon-conference.de](http://www.secon-conference.de)**

Foto und Grafik: freepik.com

### Matthias Schultze

Managing Director, GCB German Convention Bureau e.V.

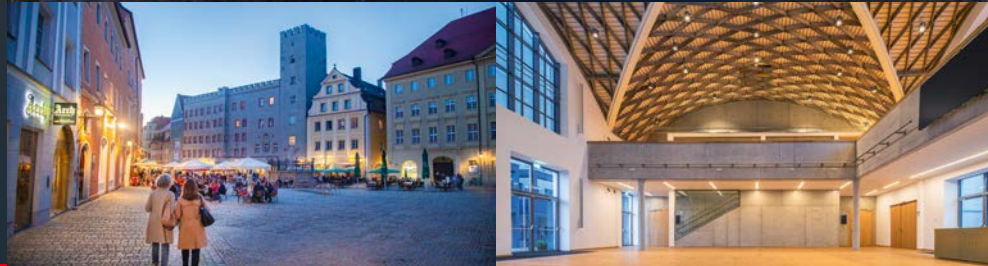
Seit 2010 verantwortet Matthias Schultze beim GCB German Convention Bureau die nationale und internationale Positionierung und Vermarktung Deutschlands als führende Tagungs- und Kongressdestination. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Ziel, Tagungen und Events als wichtige Plattformen für den Wissensaustausch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

Foto: Patrick Kuschfeld

# IHR PLUS IN REGENSBURG:

- + prämiertes Nachhaltigkeitskonzept für die MICE-Destination Regensburg
- + nachhaltig-zertifizierte Destination
- + Reisen für alle-zertifizierte Hotels und Locations
- + seit 2018: Tagungs- und Veranstaltungszentrum marinaforum Regensburg: bis 750 Personen in Reihe, flexibel, fußläufig zur Altstadt, 2 LED-Walls, barrierefrei, nachhaltig
- + neue und bewährte Hotels in und um die Altstadt sowie marinaforum-nah
- + attraktives Rahmenprogramm im UNESCO-Welterbe
- + neue stündliche Zuganbindung an den Flughafen München
- + DB-Veranstaltungsticket
- + neuer Kongressfonds Bayern ab 22. Juli

NEU:  
BAYERISCHER  
KONGRESS-  
FONDS

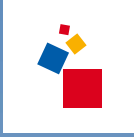


**WELTERBE  
REGENSBURG**  
UNESCO-WELTERBE | WORLD HERITAGE

**TRADITION GOES  
GREEN FUTURE  
IN REGENSBURG**

**BE** INNOVATIVE!  
CREATIVE!  
SUSTAINABLE!

  
regensburg  
tourismus GmbH



messe frankfurt

# Möglichmacher für Ihren Erfolg

## Mitten in Frankfurt

Smart Locations  
und Full Services

Treffen Sie uns  
auf der ibtm  
world 2024!

