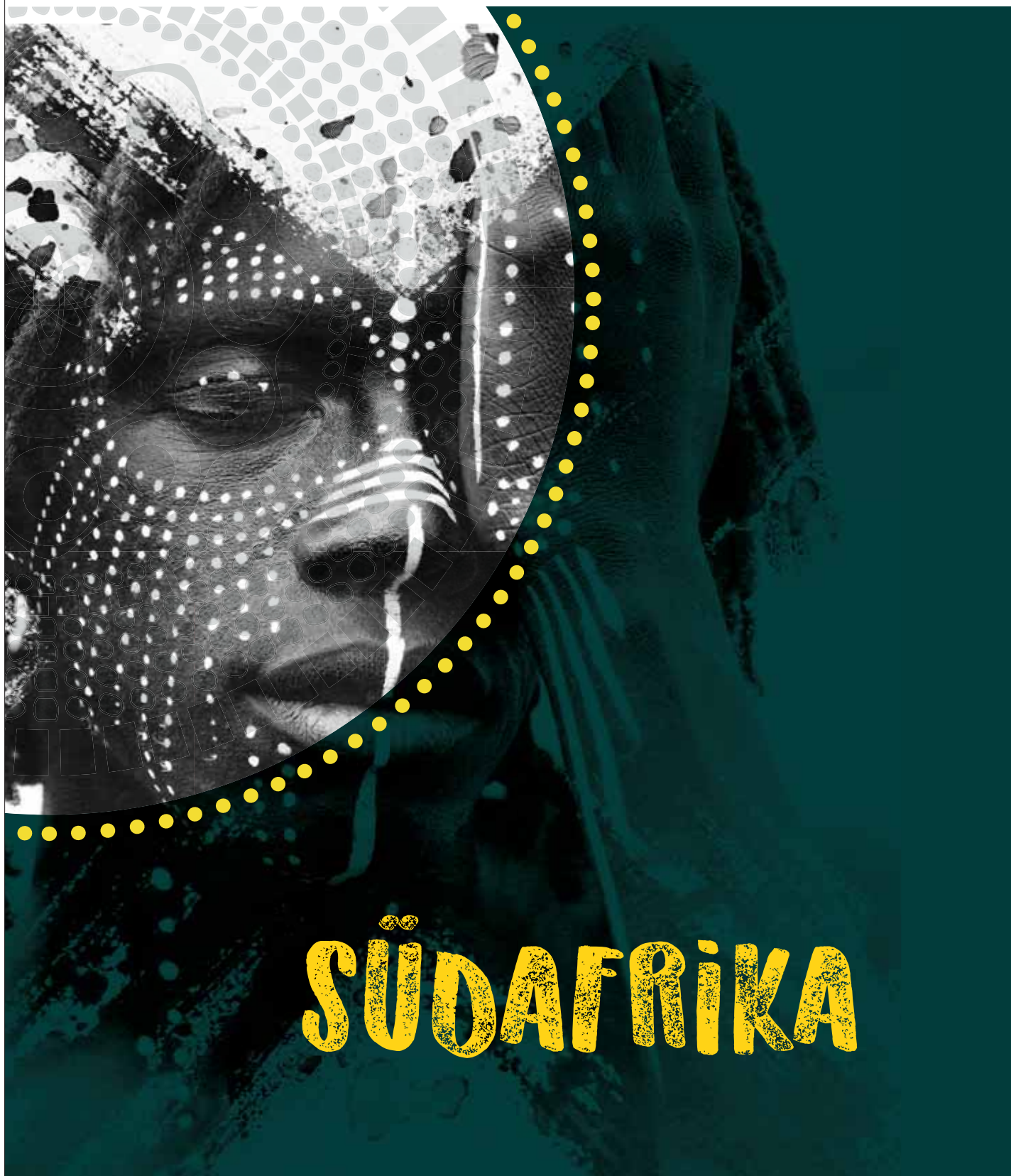


03/19 | September 2019 | 38. Jahrgang | 8,50 €

convention INTERNATIONAL

DAS MAGAZIN FÜR VERANSTALTUNGSPLANER



SÜDAFRIKA

VIENNA HOUSE



●
**VIELSEITIG.
KREATIV.
PROFESSIONELL.**
●

*#ihromeetingpartner
#endlessexploration*

Vienna House Easy Amberg • Vienna House Easy Bad Oeynhausen • Vienna House Andel's Berlin
• Vienna House Easy Berlin • Vienna House Easy Bratislava • Vienna House Easy Braunschweig •
Vienna House Easy Bremen • Vienna House Easy Airport Bucharest • Vienna House Easy Castrop-
Rauxel • Vienna House Easy Coburg • Vienna House Andel's Cracow • Vienna House Easy Cracow •
Vienna House Ernst Leitz Wetzlar • Vienna House Martinspark Dornbirn • Vienna House QF Dresden
• angelo by Vienna House Ekaterinburg • Vienna House Easy Günzburg • Vienna House Easy Katowice
• Vienna House MQ Kronberg im Taunus (Opening soon) • Vienna House Easy Landsberg • Vienna
House Easy Limburg • Vienna House Easy Leipzig • Vienna Townhouse Bach Leipzig • Vienna House
Andel's Lodz • Vienna House Amber Baltic Miedzyzdroje • Vienna House Easy München • Vienna House
Easy Neckarsulm • Vienna House Easy Osnabrück • Vienna House Dream Castle Paris • Vienna
House Magic Circus Paris • Vienna House Easy Pilsen • angelo by Vienna House Prague • Vienna
House Andel's Prague • Vienna House Diplomat Prague • Vienna House Zur Bleiche Schaffhausen
• Vienna House Easy Trier • Vienna House Mokotow Warsaw • Vienna House Easy Wuppertal

ENDLESS EXPLORATION • viennahouse.com



Mit unserer neuen Ausgabe kehren auch wir aus der Sommerpause zurück – und seitdem ist wieder einiges passiert. Ein unmittelbar branchenrelevantes Thema ist sicherlich die Absage des mbt meeting-place in München, der nun in der BOE 2020 in Dortmund aufgehen wird. Eine interessante Entwicklung, die es zu beobachten gilt. Insbesondere, da die klassischen Messeformate bereits seit längerem totgesagt werden und sich hier gerade wieder eines eben dieser Formate auflöst beziehungsweise umorientiert.

Ohne Frage ebenso zu beobachten ist wohl die Situation „Brexit“, die zwar hauptsächlich auf politischer Ebene stattfindet, aber in jedem Fall auch Auswirkungen auf unsere Branche haben wird. Die Fragen nach dem Wie, Wann und Ob treiben derzeit nicht nur die Gemüter auf der Insel um. Die Planungssicherheit, die bei Events im UK jahrzehntelang galt, ist aktuell mit großen Fragezeichen versehen. Kein leichter Stand für die Anbieter im gesamten Vereinigten Königreich. Es bleibt zu hoffen, dass die Briten bald eine Lösung finden. Und man ist schon fast versucht zu sagen: egal wie.

Aber natürlich haben wir in diesem Sommer nicht nur beobachtet, sondern sind für Sie unterwegs gewesen. So waren wir beispielsweise bei der dritten MICE Trophy des Destinations Circle in Südafrika mit von der Partie. Mit den MICE-Ladys – einer spannenden Initiative von Tanja Knecht – haben wir uns in Südtirol umgeschaut und die Eröffnung des One-Monte-Carlo in Monaco miterlebt. Viele interessante Themen also. Daher bleibt mir nur noch zu sagen: Lassen Sie sich inspirieren!

Anna-Lena Gras



Hochzeit
JUBILÄUM
 PREISVERLEIHUNG
 Konzert
 PARTY
 AWARD
 AMBIENTE
BALL
 DINNER
 Familienfeier
 GALAABEND

raum für emotionen

EMOTIONEN BRAUCHEN RAUM.
 GUT, DASS WIR ÜBER 60
 DAVON IM ANGEBOT HABEN.

Congress-Centrum
 Koelnmesse

Gürzenich Köln

Tanzbrunnen Köln

Flora Köln

DIE BASTEI

ZOO LOCATION

Hein

km 689
 COLOGNE BEACH CLUB

25 JAHRE
 1994-2019

kölnkongress
 VERANSTALTUNGSZENTREN

KölnKongress | fon +49 2 21 .8 21 - 21 21 | www.koelnkongress.de

Inhalt

September 2019



www.convention-net.de

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

www.facebook.com/Convention.International



24

In der Hansestadt Bremen treffen über 600 Jahre Weltkultur auf Innovationsgeist und starke Marken.

- 6 **Südafrika**
MICE-Trophy geht in die nächste Runde
- 18 **Gastbeitrag**
Göran Göhring über den Weg zur richtigen Agentur
- 22 **Female Leaders**
Jutta Göttken, Copilotin bei Air Mauritius
- 24 **Bremen & Bremerhaven**
Zwei Städte ein Land – Teil 1: Bremen
- 30 **Messen**
Ibtm world
- 32 **Hotels**
Die NH Hotel Group im stetigen Wandel
- 34 **Events**
MICE Club Live
- 36 **Heidelberg**
Exzellenter Tagungsort
- 40 **Summer Summit**
Jetzt noch anmelden!
- 41 **Venues**
Wappenhalle:
Abflug zum Event
- 42 **Monaco**
One Monte-Carlo unterstreicht Anspruch als MICE-Destination

Die ibtm bietet auch in diesem Jahr wieder viele Möglichkeiten zum Netzwerken und zur Weiterbildung.

30



22

In unserer Rubrik „Female Leaders“ stellen wir weibliche Führungskräfte der MICE-Branche vor. In dieser Ausgabe: Jutta Göttken, Co-Pilotin bei Air Mauritius



52

Südtirol präsentiert sich während des ersten MICE-Ladys-Famtrip als Geheimtipp für die Branche.

- 46 **Dubai**
Der ideale Ort für Business und Freizeit
- 48 **Hotels**
Marriott mit starkem Doppelpack in München
- 49 **Interview**
Oliver Heldt
- 50 **Events**
Manchmal muss man über den Tellerrand schauen

- 52 **Südtirol**
Geheimtipp mit großem MICE-Potenzial
- 58 **Events**
Fit4Congress in Dresden
- 60 **Impressum**
- 62 **Hotels**
Hilton Frankfurt City Centre mit neuem Design

- 63 **Events**
World Travel Awards auf Mauritius
- 66 **Hotels**
Dolce Bad Nauheim
- 70 **Baku**
MICE-Perle am Kaspischen Meer
- 74 **Luppolds Lupe**
Elektrisches Gefühl – was packe ich in meine digitale Toolbox?

Foto: CI



Foto: Wesley Lazarus/shutterstock.com



Foto: Legacy Hotels & Resorts

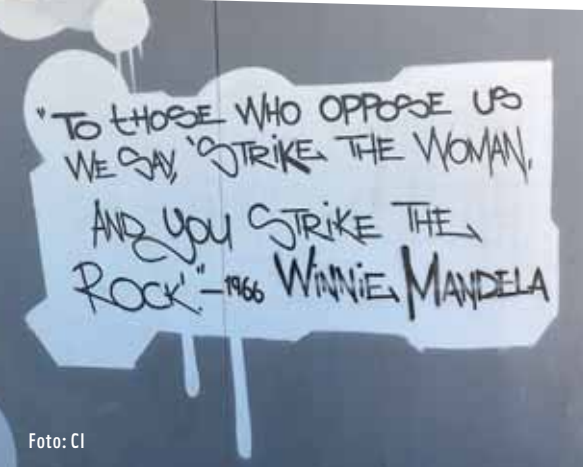


Foto: CI



Foto: Legacy Hotels & Resorts



Foto: Legacy Hotels & Resorts

Vielseitigkeit ist das Schlagwort, das sich bei Südafrika wohl am besten eignet. Von der Metropole in die endlose Weite – und das in kürzester Zeit. Dass dies nicht nur ein Werbe-Claim ist, haben wir bei der dritten MICE Trophy selbst erleben können.

MICE Trophy Südafrika | Von Anna-Lena Gras

In diesem Jahr ging die MICE Trophy bereits in ihre dritte Ausgabe. Nach den Stationen in Namibia und Abu Dhabi war das Ziel in diesem Jahr Südafrika. Doch anstatt die schon etwas ausgetretenen MICE-Pfade zu nutzen, entschloss sich das Veranstalterkollektiv aus Namibia, Abu Dhabi, Singapur, Kolumbien und South African Airways, in Zusammenarbeit mit TCC Network und Terra Nova neue Seiten von Südafrika zu zeigen. So waren die Ziele eben nicht Kapstadt und der Krüger Nationalpark, sondern Johannesburg und Pilanesberg.

PER NACHTFLUG GING ES mit der South African Airways (SAA) sowohl von Frankfurt als auch von München aus nach Johannesburg. Täglich verbindet der National Carrier Frankfurt und München mit der südafrikanischen Metropole. Fast zeitgleich kommen beide Flieger in Johannesburg an. Lediglich zwanzig Minuten liegen die Landezeiten der beiden A340 auseinander. Durch die täglichen Verbindungen und die langjährige Erfahrung mit Gruppen ist

die SAA ein hervorragender Partner für MICE-Gruppen. In der Vergangenheit wurden bereits Gruppengrößen von bis zu 1.200 Personen realisiert. Dies zwar bei einer Back-to-back-Veranstaltung, aber grundsätzlich wird der logistische Aufwand im Hintergrund ohne Probleme bewältigt. Hinzu kommen kostenfreie Sitzplatzreservierungen bei Gruppenbuchungen sowie ein fester Ansprechpartner, der bei Planung und Buchung zur Seite steht.

Nach der Einreise und dem Abholen der Koffer am Gepäckband wurden wir von der vor Ort etablierten DMC Terra Nova in Empfang genommen. Seit fast 20 Jahren ist Terra Nova auf dem südafrikanischen Markt aktiv und kreiert individuelle Programme für MICE-Gruppen ebenso wie für Leisure-Reisende.

Stopp #1: Sandton

Nachdem alle Koffer und Mitreisenden – darunter einige bekannte Gesichter,



Foto: CI



orts

nerer Incentive-Gruppen. Bis 1997 war das imposante Ensemble aus verschiedenen Herrenhäusern ein privater Familiensitz; dann wurde die Liegenschaft jedoch verkauft und zu einem Hotel umfunktionierte. Durch die aufwendigen Umbaumaßnahmen entstanden 40 Suiten, die sich auf das Haupthaus und die angrenzenden Gebäude verteilen.

Jede der 40 Suiten ist sehr großzügig geschnitten und nach individuellen Designaspekten eingerichtet. Hinzu kommt der groß angelegte Garten sowie der weitläufige Spa-Bereich. Nach einem entspannenden Lunch auf der Terrasse des Fairlawns und dem intensiveren Kennenlernen aller Teilnehmer und Partner sollte es in unser erstes „Base-Camp“ gehen: das Da Vinci Hotel. Das Fünf-Sterne-Haus liegt mitten im Zentrum des Business-Bezirks Sandton und bietet damit optimale Bedingungen für Geschäftsreisende. Nicht nur der Nelson Mandela Square befindet sich direkt vor der Tür, auch das Sandton Convention Centre ist fußläufig erreichbar. Im Übrigen ist hier alljährlich die Meet Africa, eine der größten MICE-Messen des Kontinents, zu Gast. 166 Zimmer finden sich in dem schicken Hochhaus, dessen Lobby inklusive Rezeption auf einem der höheren Stockwerke angesiedelt ist. Dies ist der Bauweise und dem direkten Anschluss an eine große Shoppingmall geschuldet. Oberhalb der Lobby, die auch über eine großzügige Bar mit Terrasse und Außenpool verfügt, liegen die modern eingerichteten Zimmer – teils sogar mit einem Balkon, was für ein Stadthotel wirklich nicht selbstverständlich ist. Auffällig ist der äußerst moderne Einrichtungsstil. Dunkle, kräftige Farben bestimmen das Bild, durchbrochen von großen Spiegelflächen und anderen meist silbernen Accessoires. Für uns war

die im letzten Jahr in Abu Dhabi bereits dabei waren – im komfortablen Bus untergebracht waren, ging es vom Flughafen zum Fairlawns Boutique & Spa Hotel. Ein gelungener Einstieg in das MICE-Trophy-Programm, denn das kleine Fünf-Sterne-Haus versteht sich selbst als eine Ruheoase innerhalb des hektischen Großstadtlebens. Aufgrund der Größe eignet es sich vor allem für klei-

das Da Vinci in den nächsten drei Tagen der Ausgangspunkt für alle Aktivitäten. Nachdem wir unsere Zimmerschlüssel erhalten hatten, konnte man entweder ein bisschen Freizeit genießen oder aber die Chance nutzen, sich die nähere Umgebung anzuschauen.

Für MICE-Kunden bietet sich das Da Vinci aus verschiedenen Gründen an: zum einen aufgrund der Lage mit direkter Anbindung an den Gautrain, einen Schnellzug, der zwischen dem Flughafen und der Innenstadt pendelt. Zum anderen ist die Nähe zum Sandton Convention Centre, in dem zahlreiche Veranstaltungen unterschiedlichster Größe von Messe bis Meeting realisiert werden können, ein Vorteil. Zusätzlich offeriert das Haus der Legacy Hotels auch inhouse einige Möglichkeiten: Vier Konferenzräume mit einer Kapazität zwischen 12 und 110 Personen stehen für Planer bereit.

Stopp #2: Westcliff

Nach einem kurzen Briefing, das dazu diente zu erklären, was uns die nächsten



u. li.: Als einer der ältesten Longhaul-Carrier verbindet South African Airways Deutschland mit Südafrika. Seit den 60er-Jahren stehen regelmäßige Flüge von Frankfurt und München auf dem Flugplan der südafrikanischen Airline. Foto: South African Airways

u. mi.: Die Anmutung eines Herrenhauses kommt im Fairlawns nicht von ungefähr.: In vergangenen Tagen war dies der private Familiensitz einer Industrielienfamilie. Foto: CI

u. re.: Wer eine durchgestylte Adresse mit Charakter in Sandton sucht, ist im Da Vinci genau richtig. Während die öffentlichen Bereiche eher dunkel gehalten sind, präsentieren sich die Zimmer in hellen Tönen. Fotos: Legacy Hotels & Resorts



← Tage erwarten würde sowie die Einteilung in die Trophy-Gruppen für den morgigen Tag zu verkünden, machten wir uns auf den Weg zum Four Seasons im Stadtteil Westcliff.

117 Zimmer bietet das terrassenartig angelegte Hotel, das sich in direkter Umgebung zum Johannesburg Zoo befindet. Diesen beeindruckenden Blick können Gäste auch im Restaurant The View genießen, das neben dem Ausblick auch mit einer riesigen Terrasse punktet.

Für Veranstaltungen sind 2.151 m² des insgesamt drei Hektar umfassenden Areals reserviert, inklusive des 170 m² großen Ballsaals, der sich in einem separaten Herrenhaus aus dem 19. Jahrhundert befindet. Bis zu 200 Personen können hier ungestört feiern, konferieren oder dinieren. Die Maximalkapazität entspricht übrigens genau der Personenzahl, die vom Küchenteam inhouse ohne Probleme gecartert werden kann. Darüber hinaus verfügt das Four Seasons über mehr als zehn weitere kleinere Räume, die für diverse Veranstaltungsformate geeignet sind. Komplettiert wird das MICE-Angebot durch unterschiedliche Outdoor-Venues, die mit weiteren, teilweise größeren Kapazitäten aufwarten.

Nach der Site-Inspection führte uns unser Weg in das Cellar Door Restaurant. In gemütlicher Atmosphäre und mit Blick über Johannesburg genossen wir die Kreationen des Küchenteams mit korrespondierenden Weinen. An dem langen Holztisch, der entlang der bodentiefen Fenster positioniert ist und Platz für bis zu 20 Personen bietet, wurden uns verschiedene Gerichte kredenzt. Ein gelungener Ausklang für unseren ersten Tag auf südafrikanischem Boden.

Johannesburg neu entdecken

Dass sich Johannesburg in den letzten Jahren stark verändert hat, sollten wir an Tag zwei selbst erleben. Urbaner Lifestyle, Streetart, kulinarische Erlebnisse und das politische Erbe der Stadt sind die Schlagworte, die Johannesburg heute beschreiben. In fünf Teams, deren Teamleader die jeweiligen Vertreter der Destinationspartner waren, starteten wir vom Da Vinci Hotel in alle Richtungen. Aufgrund

des dichten Verkehrs und der relativ großen Distanzen zwischen den einzelnen Stopps bot sich eine Self-Drive-Experience wie bei den letzten Trophys zwar nicht an, doch in den Kleinbussen, die für die Teams bereitstanden, stellte sich der typische „Trophy-Spirit“ ebenso schnell ein. Bereits am Vortag hatten wir unsere „Survival-Packages“ erhalten. Der Inhalt: ein Block mit Quizfragen und Aufgaben,



Die Geschichte Südafrikas basiert auf den Minenarbeitern, die seit vielen Jahrzehnten die Bodenschätze des Landes abbauen. Tribut wird ihnen und ihrer Historie in Marshalltown gezollt. Foto: CI

eine Polaroid-Kamera und eine Handykarte mit Internetvolumen. Das alles brauchten wir, um unsere Trophy-Tasks lösen zu können. So sollten wir in einer Art Schnitzeljagd die anderen, unbekanntenen Seiten von Johannesburg entdecken.

Los geht's!

Noch auf dem Parkplatz vor dem Da Vinci galt es, die ersten Fragen zu lösen, um den ersten Stopp herauszufinden und dem Fahrer die Lösung nennen zu können. Die Fragen für die Teams waren zwar die gleichen, dennoch sollte jedes Team sie in einer anderen Reihenfolge abarbeiten. So kamen sie entsprechend zeitversetzt an ihren jeweiligen Bestimmungsorten an. Jede Lösung und jeder Stopp konnten die

Teams einem Sieg bei der MICE Trophy 2019 etwas näher bringen.

Lösung Nr. 1: Marshalltown / Main Street

Die Geburtsstätte der heutigen Metropole Johannesburg liegt in der Gegend rund um die Main Street im Stadtteil Marshalltown. Hier wurden 1886 die größten bekannten Goldvorkommen der Welt gefunden. Genau dieser historische

Punkt war unser erster Stopp – oder zumindest der für Team Abu Dhabi. Wir trafen uns vor Ort mit einem Guide, der uns etwas über die – nicht nur glänzende – Geschichte des Goldbergbaus in Johannesburg erzählte.

Insgesamt sechs Blocks entlang der Main Street sind breite Fußgängerwege angelegt, um Besuchern der Stadt die Möglichkeit zu geben, die Entstehungsgeschichte hautnah zu erleben. Neben den historischen Gebäuden finden sich viele Statuen und Skulpturen, die sich mit dem Kapitel Goldabbau und Arbeitsbedingungen in Johannesburg befassen. Eine kleine Anekdote am Rande: In einer Filiale der Standard Bank wurde der sogenannte Cullinan-Diamant – übrigens bis heute der größte jemals gefundene Diamant der Welt – bis zu seinem Verkauf an die englische Krone ausgestellt. Von hier aus sollte der Diamant mit seinen 3.106,75 Karat im Rohzustand nach England übermittelt werden. Um möglichen Diebstählen vorzubeugen, schmiedete man einen Plan: Eine Nachbildung des Diamanten wurde mit höchsten

Sicherheitsvorkehrungen – Einschluss im Safe des Kapitäns, eigenes Sicherheitsteam usw. – auf einem Schiff deponiert. Der richtige Diamant hingegen wurde in einem ganz einfachen Postpaket nach England verschickt, wo er dann in Amsterdam bearbeitet und in insgesamt neun größere und 96 kleinere Teile geschnitten wurde. Das größte dieser Teilstücke, der Cullinan I, wurde in das Zepter König Edwards VII. eingearbeitet.

Nach diesem kleinen Exkurs in die Welt der Diamanten startete unsere Walking-Tour entlang der Main Street; vorbei an der letzten Stampfmühle, einem ehemaligen Minenschacht sowie der beeindruckenden Impala-Skulptur, die vor dem Hauptsitz von Anglo Ame-



KOREA PROMISES INSPIRATION FOR SUCCESS

A country with a stunning natural environment
and convenient urban infrastructure.
Where time-honored tradition and cutting-edge digital technology coexist.
Everything is at your service based on our extensive experience.



Nelson Mandela wird bis heute von den Südafrikanern zutiefst verehrt. Foto: CI

← rican Platinum errichtet wurde. Den Abschluss der Walking-Tour bildete eine meterhohe Nelson-Mandela-Statue. Diese befindet sich direkt gegenüber den Büroräumen, in denen Nelson Mandela seine erste Anwaltskanzlei eröffnet hatte. Generell ist die Verehrung für den Anti-Apartheids-Kämpfer nicht nur in Johannesburg immer noch deutlich spürbar. Madeba, wie er im Volksmund auch genannt wird, ist und bleibt eine der wichtigsten Personen des heutigen Südafrikas und sein Leben und Wirken sind untrennbar mit der Entwicklung des Landes verknüpft.

Lösung Nr. 2: Fordsburg

Dass Johannesburg ein Schmelztiegel der Kulturen ist, zeigt sich in Fordsburg. Zwar wurde der Stadtteil ursprünglich als Wohnviertel für die Minenarbeiter errichtet, entwickelte sich über die Jahre allerdings zu einem Lebensraum für ganz verschiedene Nationalitäten und Ethnien.

Unser Ziel war das Dosa Hut – eines der besten Restaurants, um das typische südindische Gericht „Dosa“ zu probieren. Doch wir sollten nicht nur hierherkommen, um diese köstlichen, gerollten Pfannkuchen, die meist zum Frühstück gereicht werden, zu essen, sondern auch, um etwas über die Geschichte dieses quirligen Stadtteils zu erfahren. Denn Fordsburg war der Schauplatz der sogenannten Roten Revolte, bei der sich weiße Minenarbeiter gegen die Arbeitsbedingungen auflehnten. Hierzu war es aufgrund der durch die Burenkriege einsetzenden Rezession gekommen. Diese wiederum hatten die Minenbesitzer genutzt, um die Löhne zu kürzen und zusätzlich verstärkt schwarze und damit billigere Arbeitskräfte einzustellen. Dieser Widerstand formierte sich zu einer Revolution gegen den Staat und das politische Gebaren Südafrikas. Im März 1922 traf Jan Smuts, damaliger Premierminister, die Entscheidung, den Aufstand militärisch niederzuschlagen. Mit 20.000 Soldaten rückte er gegen die Minenarbeiter vor. 150 Menschen wurden getötet, darunter die Anführer der Revolte, und 600 weitere verletzt. Trotz – oder vielleicht gerade wegen – dieses blutigen Vorfalls konnte sich Fordsburg in den kommenden Jahren zu einem multikulturellen Wohnviertel entwickeln. Insbesondere Inder, Chinesen und Farbige ließen sich hier nieder und lebten ohne Zwischenfälle friedlich nebeneinander. Mit der Verabschiedung des Group Areas Act 1950 wurden verschiedenen ethnischen Gruppen bestimmte Wohn- und Geschäftsgebiete zugewiesen, und Fordsburg erhielt den Status eines „Whites only“-Gebietes. Direkt nach Inkrafttreten des Gesetzes sollten zunächst die indischen Einwohner in das neue Township Lenasia umgesiedelt werden. Trotz der Ohnmacht gegenüber dem Militär, das die Umsiedlungen durchsetzen sollte, formierte sich innerhalb der Gemeinde Widerstand, den über die Jahre auch bekannte Anti-Apartheids-Kämpfer unterstützten. So erreichten die Geschäftsleute Mitte der 70er, dass sie Geschäfte in Fordsburg behalten oder eröffnen durften.

Noch heute profitiert der Stadtteil von der damaligen Hartnäckigkeit der Menschen. Die Vielzahl an Geschäften ist beeindruckend, vor allem aber die Vielfalt: Allein auf unserer kleinen Walking-Tour entdeckten wir Einflüsse aus aller Welt. Die kleinen Geschäfte bieten wirklich alles in puncto Kulinarik. In einer arabischen Bäckerei finden sich beispielsweise Baklava und jede andere erdenkliche arabische Süßigkeit, in einem chinesischen Supermarkt steht eine Riesenauswahl an Gewürzen und anderen Ingredienzen bereit. Aber auch landestypische Gerichte werden in den kleinen Ladenlokalen angeboten, natürlich direkt vor Ort zubereitet.

Lösung Nr. 3: Soweto

Der Stadtteil Soweto ist vielen Menschen aus Zeiten der Apartheid ein Begriff. Die South Western Townships – aus deren Anfangsbuchstaben sich der heutige Name zusammensetzt – gelten seit dem Aufstand 1976 als Symbol des Widerstands gegen die Rassentrennung in Südafrika.

Doch nicht nur die Geschichte macht das Stadtgebiet interessant. Getreu dem Motto der diesjährigen MICE Trophy, Johannesburg von einer anderen Seite zu erleben, war dieser Stopp darauf ausgelegt, das Leben in einem Township kennenzulernen. Unsere Kontaktperson war Bob Nameng. Er führte uns mit zwei Streetart-Künstlern durch Kliptown und erklärte währenddessen, was er in und für Kliptown tut beziehungsweise was Streetart, Musik, Gesang und die Kinder des Townships damit zu tun haben.



Seit Jahrzehnten setzt sich Bob Nameng für Kinder und Jugendliche in Kliptown ein. Er fördert, unterstützt und hilft. Foto: Terra Nova

Mit gerade mal 16 Jahren gründete Bob die Non-profit-Organisation Soweto Klip-town Youth (SKY). Seit 1987 unterstützt er die Kinder des Townships mit verschiedenen Initiativen, Workshops und Kursen. Kunst, Theater, Lesen – alles können die Kinder in seinem Jugendclub lernen. So will er einen Beitrag leisten, damit sich diese Kinder eine Zukunft aufbauen können. Er möchte sie beschäftigen und



Streetart ist ein wichtiger Bestandteil der Arbeit, die in Kliptown geleistet wird. Schon namhafte Streetart-Künstler aus aller Welt haben Projekte im Township unterstützt. Foto: Jewgeni Patrouchev

ihnen etwas beibringen, damit sie nicht, wie viele andere vorher, scheitern und schlimmstenfalls ins Drogenmilieu abrutschen oder in andere kriminelle Machenschaften hineingezogen werden.

Bei unserem Streifzug durch Klip-town wurde schnell deutlich, wie vernetzt Bob innerhalb der Gemeinschaft ist. Jedes Kind kennt den Mann mit den Rasta-Locken und der bunten Kleidung. Ebenfalls in unserer Gruppe dabei waren zwei Künstler, die hier im Township leben. Sie erklärten uns die vielen Streetart-Kunstwerke an den Wänden der Hütten und erzählten von Koopera-

tionen, die in der Vergangenheit stattgefunden haben. Namhafte Künstler der Streetart-Szene wie Rasty, Falko oder Lady Aiko haben sich in Kliptown verewigt. Und auch wenn der Weg durch ein Township für uns Europäer nicht unbedingt einfach war, ist es eine einzigartige Erfahrung, die man nur jedem empfehlen kann.

Lösung Nr. 4: Newtown

Die nächsten Hinweise führten uns nach Newtown – ein Stadtviertel, das sich in den letzten Jahren enorm gewandelt hat und zum kulturellen Zentrum der Stadt geworden ist. Theater, Museen und Kunstgalerien bestimmen mittlerweile genauso das Bild wie Cafés, Buchhandlungen und Clubs. Zudem wird hier vor dem Eingang des Basslines, eines bekannten



Modernes Ambiente und hervorragendes Essen finden Planer im Urbanologi. Hinzu kommt das vollständig nachhaltige Konzept von Chefkoch Jack Coetzee. Foto: Terra Nova

Musikclubs, einer der wohl verehrtesten Sängerinnen Südafrikas Tribut gezollt: Brenda Fassie. Mabrrr, wie sie in Südafrika genannt wird, gilt noch heute als die Queen of African Pop und wurde als die Stimme der unterdrückten schwarzen Mehrheit bekannt. Eine weitere wichtige Frau der südafrikanischen Geschichte ist ebenfalls in der näheren Umgebung abgebildet: Winnie Mandela. In für Johannesburg typischer Manier entstand eine künstlerische Hommage an die zweite Ehefrau von Nelson Mandela in Gestalt eines Streetart-Kunstwerks. Für uns markierten diese beiden beeindruckenden Frauen zugleich den Schlusspunkt der MICE Trophy. Die letzte Anlaufstelle war

vorgegeben und so konnten wir uns ganz entspannt zum Lunch chauffieren lassen.

Industrial Look kombiniert mit nachhaltigem Kulinarik-Konzept

Seit 2016 befindet sich auf dem Gelände der Mad-Giant-Brauerei das Urbanologi. Das mehrfach ausgezeichnete Restaurant besticht mit seiner Großzügigkeit und dem Design, das sich zwischen Loft-Stil und Industrial bewegt. Beeindruckend ist auch das kulinarische Konzept, für das Jack Coetzee verantwortlich zeichnet. Der gebürtige Simbabweer folgt bei der Kreation seines Menüs vollkommen den Maximen der Nachhaltigkeit. Daher sind Zero-Waste, natürliche Produkte und regionale Zutaten für ihn essenziell. So arbeitet er beispielsweise nur mit ausgewählten Lieferanten zusammen, die

maximal 150 km vom Restaurant entfernt sind. Aufgrund dieser regionalen und zusätzlich saisonalen Ausrichtung kann sich das Menü im Urbanologi täglich ändern. Für Gruppen wird die Menüfolge aber selbstverständlich in Absprache geplant. Generell bietet sich das Restaurant hervorragend für Gruppen an. Es können entweder einzelne Bereiche oder das gesamte Areal gemietet werden. Für die Menüwahl sollte man allerdings das für Südafrika typische Sharing-Konzept ins Kalkül ziehen. Dadurch kann jeder von allem etwas probieren. Zudem wird vermieden, dass große Mengen an Speisen unangetastet bleiben. Übrigens hielten wir es bei der MICE Trophy genauso. →

← Von der No-go-Area zum hippen Szeneviertel

Noch vor einigen Jahren galt Maboneng, seinerzeit noch als Jeppetown bekannt, als ein Teil Johannesburgs, den es zu meiden galt. Kriminalität, Armut und soziale Verzweiflung bestimmten das Bild. Heute allerdings präsentiert sich das renovierte Viertel als einer der Places to be: kreativ, sicher und sauber. Auch wir machten einen Abstecher in das neue Vorzeigeviertel Downtowns und waren schnell begeistert. Cafés, Kunstgalerien und Straßenhändler animieren zum Flanieren. Und tatsächlich ließen sich einige Teilnehmer unserer Gruppe zum Kauf dort angebotener Waren nur zu gern hinreißen. So wechselten beispielsweise Zebras, Elefanten und Löwen – liebevoll aus Draht und darauf aufgezogenen Perlen gefertigt – an diesem Tag den Besitzer und sollten schließlich den Weg nach Deutschland finden.

Wenn Essen zur Sünde wird ...

Nach einer kurzen Pause, die wir fast alle nutzten, um E-Mails zu checken oder andere Dinge zu regeln, stand das letzte Dinner in Johannesburg an. Und dafür hatte sich das Terra-Nova-Team wirklich etwas Besonderes einfallen lassen: das Saint. Fußläufig vom Hotel aus erreichbar ist dieses Restaurant mit seiner einzigartigen Atmosphäre. Hochwertige Details, bemalte Decken und stilvolle Akzente bestimmen das Bild. Sämtliche Kreationen, die hier die Küche von Chefkoch David Higgs verlassen, sind sprichwörtliche Meisterwerke. Kein Wunder, denn schon auf der Website wird Higgs folgendermaßen zitiert: In der Kunst liegt die offensichtliche Sünde. Hier ist Essen unsere Kunst.

Goodbye, Jo'burg!

Unsere letzte „Tat“ in Johannesburg markierte der Workshop der Destinationspartner. Denn das Besondere und im Grunde genommen einer der Eckpfeiler des Konzeptes MICE Trophy ist es, nicht nur etwas über die Destination zu erfahren, die man bereist; zusätzlich sollen Informationen über die Partnerdestinationen gesammelt und auf diese Weise vielleicht noch ganz andere Ideen für zukünftige Projekte entwickelt werden. Also folgten wir an unserem dritten und letzten Morgen in Johannesburg dem Ruf in einen der Konferenzräume des Da Vinci Hotels, um dort unser Wissen



Die Bakubung Lodge liegt mitten im Pilanesberg Nationalpark und bietet für MICE-Gruppen neben obligatorischen Game Drives auch genügend Raum für Meetings und Workshops. Foto: Legacy Hotels & Resorts

über Abu Dhabi, Kolumbien, Namibia und Singapur aufzufrischen und zu intensivieren. Dementsprechend lauschten wir den sehr interessanten Vorträgen von Frank Müller, DCT Abu Dhabi, Matthias Lemcke, Namibia Tourism, Jewgeni Patrouchev, ProColombia, und Karin Thönes, Singapore Tourism Board, die uns über Neuigkeiten und USPs der einzelnen Destinationen informierten. Auch Debbie DeVillier gab uns einen Überblick über die Leistungen, die sie mit Terra Nova als DMC im südlichen Afrika bieten kann. Allerdings war die beste Visitenkarte, die sie abgeben konnte, in jedem Fall das Programm, das sie gemeinsam mit ihrem Team für die MICE Trophy zusammengestellt hatte.

Den Abschluss des Workshops bildete die Siegerehrung zum MICE-Trophy-Sieger 2019. Mit Spannung hatten die Teams schon die Auswertung erwartet. Und der Sieger hieß: Kolumbien!

Stopp #5: Bakubung Lodge, Pilanesberg Nationalpark

Quasi direkt aus dem Meetingraum – auch wenn natürlich noch genug Zeit verblieb, um im Zimmer die letzten Dinge in den Koffern zu verstauen – ging es zum zweiten Teil der MICE Trophy: der Bakubung Lodge im Pilanesberg-Nationalpark. Zwischen der größten Stadt Südafrikas und dem Nationalpark liegen etwa 180 km Straßenkilometer, die im Normalfall in etwa 2,5 Stunden zurückgelegt werden können. Aufgrund einer Baustelle hatten wir leider eine Straßen-

sperrung vor uns und trafen doch etwas später als geplant im Pilanesberg-Nationalpark an.

Der 55.000 Hektar große Park wurde 1979 eröffnet und ist seitdem die Heimat für mehr als 7.000 Tiere – darunter die Big Five – sowie 300 Vogelarten. Mit der Gründung des Parks wurde die sogenannte Operation Genesis ins Leben gerufen, deren erklärtes Ziel die Stärkung und Vergrößerung des Tierbestandes war. Im Zuge der Initiative wurden 6.000 Tiere aus anderen Nationalparks in Südafrika nach Pilanesberg umgesiedelt.

Nach der Busfahrt ließen wir uns erst einmal auf der Terrasse der Bakubung Lodge für einen geselligen Lunch nieder. Anschließend konnten wir alle noch unsere Zimmer beziehen, bevor es dann zum ersten Game Drive gehen sollte. Pünktlich um 16 Uhr trafen wir uns – schon ganz gespannt auf das, was wir zu sehen bekommen würden – in der Lobby, um einen der Lodge-eigenen Safari-Busse zu besteigen. Glücklicherweise waren wir schon im Vorfeld auf dem Zimmer – so konnte man Pullover und Jacken mitbringen. Denn selbst wenn die Tage mit über 20 Grad recht angenehm sind, wird es, sobald die Sonne untergeht, schnell frisch. Und der Fahrtwind in den offenen Bussen tut ein Übriges.

Auf den insgesamt 188 km langen Straßen lässt sich der Park sehr gut erkunden. Zwar kann man, wie in allen Nationalparks Südafrikas, in Pilanesberg mit dem eigenen Pkw fahren, allerdings bietet eine Tour mit einem der Ranger des



Die Atmosphäre eines Bomas ist wirklich einzigartig. Foto: Great Stock / shutterstock.com

Pilanesberg-Nationalparks einige Vorteile: Einerseits kommunizieren die Ranger untereinander und informieren sich gegenseitig darüber, wo sich die Wildtiere gerade aufhalten, andererseits kennen die Ranger jeden Winkel des Parks und können auch ohne Unterstützung der anderen bestimmte Hotspots zielsicher anfahren. Und wir sollten wirklich Glück haben mit unseren Game Drives.

Neben Impalas, Gnus und Springböcken konnten wir schon am ersten Wasserloch eine Horde Nilpferde sichten. Es ist immer wieder beeindruckend, diese großen, behäbigen Tiere in ihrer natürlichen Umgebung zu beobachten.

Stopp #6: Boma-Dinner

Ein Boma ist im ursprünglichen Sinne der Zaun, den afrikanische Stämme um ihre Dörfer zogen, um sich vor Eindringlingen zu schützen. Heute wird ein Boma meist mit einem Ort für ein Dinner gleichgesetzt, das mitten in der Natur stattfindet, aber – aufgrund der wilden Tiere – von einem Holzzaun umgrenzt und gesichert wird. Im Pilanesberg-Nationalpark wurde ein solches Boma ebenfalls aufgebaut, ist von allen Lodges des Parks aus erreichbar und gerade deshalb auch für große Gruppen hervorragend bespielbar. Bei Lagerfeuer und afrikanischen Klängen und Tänzen konnten wir an diesem Abend typisch südafrikanische Speisen genießen. Nicht nur ein kulinarisches Event unter freiem Himmel, sondern gleichzeitig eine kulturelle Erfahrung, die man jedem nur ans Herz legen kann.

Für uns sollte sich die Erfahrung gleich aus mehreren Gründen lohnen. Denn auf

dem Rückweg vom Boma-Dinner zur Bakubung Lodge begegneten wir noch einem der selteneren Exemplare der Big Five. Mitten auf der noch von der Sonne gewärmten Straße spazierte in aller Ruhe ein Leopard vor uns her, der sich absolut nicht aus der Ruhe bringen ließ und erst nach einigen Metern wieder im Dickicht verschwand. Zwar waren die meisten Fotos aufgrund der Lichtverhältnisse nicht zu gebrauchen, doch hat jeder von uns, der an diesem Abend in diesem Safari-Bus saß, in jedem Fall eine unvergesslich schöne Erinnerung gewonnen.

Stopp #7: Ballonfahrt

Am nächsten Morgen klingelte dann der Wecker für uns sehr früh. Denn bereits um 7 Uhr galt es, sich an einem ganz bestimmten Punkt inmitten des Parks einzufinden. Allerdings sollte uns die bevorstehende Aktivität für das frühe Aufstehen mehr als belohnen. Schon von Weitem konnten wir die riesigen Ballons sehen, die vom Team des Betreibers bereits vorbereitet und mit heißer Luft gefüllt wurden. Dort angekommen, mussten wir uns noch etwa zwanzig Minuten gedulden, bis wir einsteigen durften. Die Körbe sind für unterschiedliche Gruppengrößen ausgelegt und werden durch Gewichtangabe der einzelnen Personen im Vorfeld „bestückt“. Je nach Gruppengröße können mehrere Ballons gleichzeitig in die Luft steigen. Sollte die Anzahl an Ballons dennoch nicht ausreichen, lassen sich auch verschiedene Aktivitäten miteinander kombinieren. So konnten die Veranstalter in der Vergangenheit schon personenstarke Gruppen ohne Probleme bedienen. Für uns, insgesamt 17 Personen, reichten zwei Ballons. →



NEUER RAUM FÜR IHRE KONGRESSE UND TAGUNGEN

- Top-Location mit unterschiedlich großen Kongresssälen und Konferenzräumen
- Sieben neue, variable Räume im Congress Center Ost
- Neues, 2.000 m² großes Glasfoyer
- Direkte Anbindung an die Messehallen der MESSE ESSEN für begleitende Ausstellungen
- Individuelle technische Lösungen

WIR FREUEN
UNS AUF SIE
+49. (0)201.72 44-879

www.cc-essen.de





Lautlos dahingleiten, den Sonnenaufgang genießen und Wildtiere beobachten: Diese Kombination lässt sich nur in einem Heißluftballon erleben. Foto: CI

Das Gefühl, das sich bei einer solchen Ballonfahrt einstellt, ist schwer zu beschreiben. Diese unglaubliche Ruhe und das Dahingleiten durch die Luft haben uns alle nachhaltig beeindruckt. Ein weiterer Vorteil dieses vollkommen lautlosen Fortbewegungsmittels liegt gerade in puncto Safari auf der Hand: Die Wildtiere werden nicht gestört. So konnten wir Nilpferde, Elefanten, Gnus, Kudus und sogar Löwen in natürlicher Umgebung aus der Luft beobachten. Hinzu kommt der atemberaubende Weitblick, den meist nur afrikanische Landschaften bieten.

Da wir das Rudel Löwen schon aus der Luft entdeckt hatten, führte uns unser Weg – nach einem Glas Champagner, das in diesen Touren inkludiert ist – direkt zu dem Ort, an dem sich der Löwe mit seinen Weibchen aufhielt. So konnten wir die Löwen zusätzlich vom Boden aus beobachten. Und sieht man diese Großkatzen aus der Nähe, wird schnell klar, warum sie als die Könige des Tierreichs bezeichnet werden: Kraftvoll und majestätisch bewegen sie sich durch die Natur.

Generell lassen sich alle Aktivitäten ganz individuell je nach Budget, Zeit und Vorlieben gestalten. Daher ist es auch jedem selbst überlassen, wie viele Game Drives in das jeweilige Programm eingearbeitet werden. Allerdings ein kleiner Tipp am Rande: Je nach Tages- oder Nachtzeit sind immer verschiedene Tiere zu sehen. Daher ist letztlich kein Game Drive wie der andere! In jedem Fall eingeplant werden sollte aber mindestens ein Sundowner mitten im Nationalpark. Für uns war es bei der zweiten spätnach-

mittäglichen Safari-Tour so weit. Unser Ranger, der uns wirklich auf jedem Game Drive persönlich begleitete, versuchte, bei dieser planmäßig letzten Tour die Big Five für uns „zu komplettieren“. Leider sollten die Büffel, trotz seiner guten Kenntnisse des Gebietes, für uns verborgen bleiben. Dennoch war der Aussichtspunkt für unseren Sundowner mehr als einzigartig.

Auf einer Anhöhe arrangierte das Team von Terra Nova in Zusammenarbeit mit der Bakubung Lodge einen wirklich perfekten Sundowner: Typische afrikanische Spezialitäten und verschiedene Gin-Sorten vom afrikanischen Kontinent wurden gereicht. Den perfekten Rahmen dafür boten die uns zu Füßen liegende, schier endlos wirkende Landschaft und die Sonne, die im Hintergrund unterging. Im Anschluss ging es für uns zurück zur

Lodge. Dort wartete bereits das Dinner auf uns. Der letzte Abend bot für uns alle noch einmal die Möglichkeit sich auszutauschen, was aufgrund der gemeinsamen Erlebnisse und Erfahrungen äußerst leicht fiel.

Ausbau für MICE-Gruppen

Während unseres Aufenthalts in der Bakubung Lodge konnten wir sehen, dass man die Lodge aufgrund des steigenden Interesses gezielt auch für MICE-Gruppen fit gemacht hat. Neben dem Haupthaus, in dem sich Lobby und Restaurant befinden, wurde in den letzten Monaten ein weiteres Gebäude entkernt und grundsanitiert. In Zukunft soll hier ein weiterer Veranstaltungsraum den steigenden Bedarf decken. Mittlerweile sind die Bauarbeiten vollständig abgeschlossen und die Bakubung Lodge bietet nun Konferenz- und Eventmöglichkeiten für bis zu 200 Personen – sicherlich mit eine der größten Kapazitäten innerhalb einer Lodge.

Stopp #8 Pretoria

Am nächsten Morgen zogen wir schon wieder weiter. Einige der Teilnehmer nutzten die Chance für einen weiteren Game Drive in den frühen Morgenstunden, andere wiederum scheuten die wirklich eisigen Temperaturen und blieben lieber in der Lodge, bis es um 10 Uhr Zeit für die Abfahrt war. Unser letzter Stopp, bevor es in Richtung Flughafen Johannesburg ging, war Pretoria. Eben durch die Nähe zu Johannesburg und Pretoria gilt der Pilanesberg-Nationalpark als einer der am einfachsten zu erreichenden in ganz Südafrika.



Wieder einmal begeisterte das Konzept MICE Tophy alle Teilnehmer – sowohl auf Planerseite als auch bei den teilnehmenden Partnern. Foto: CI

Unsere Fahrt durch Pretoria sollte allerdings nur der groben Orientierung dienen; denn unser eigentliches Ziel war der Bahnhof des sagenumwobenen Rovos Rail.

Der Luxuszug oder besser gesagt die -züge fahren seit mittlerweile 30 Jahren durch das südliche Afrika und bieten den Gästen höchstmöglichen Komfort. In absoluter Liebe zum Detail hat Rovos-Rail-Gründer Rohan Vos alte Waggons restauriert, um sie dann wieder auf die Schienen zu bringen. Interessant wird das Konzept allerdings für Gruppen, die

sich außerhalb des regulären Fahrplans bewegen möchten. Denn dann sind Strecken, Zugaufbau und Rahmenprogramm ganz individuell gestaltbar. Der hervorragende Service hingegen bleibt in jeder Konfiguration erhalten. Wer den Zug nicht gleich für eine Fahrt über mehrere Tage buchen möchte, kann sich auch nur für ein Dinner an Bord entscheiden. Als Start- und Zielpunkt dient dann beispielsweise der viktorianische Heimatbahnhof, der schon für sich genommen als Venue in Pretoria überzeugt.

Stopp #9 O.R. Tambo

Nach Besichtigung des Zuges, der in Kürze auf seine nächste Fahrt gehen sollte, hieß es für uns Abschied nehmen. Nicht nur von Pretoria, auch von der MICE Trophy 2019. Unsere Busfahrt führte uns direkt an den Flughafen in Johannesburg. Dort bestiegen wir die A340 der South African Airways, die uns wieder nach Hause bringen sollte. Wieder einmal war eine MICE Trophy zu Ende. Aber eines kann an dieser Stelle schon verraten werden: Es wird definitiv nicht die letzte gewesen sein!

Vier Fragen an ...

... Debbie de Villiers, die im Jahr 2000 gemeinsam mit Christine van der Merve die DMC Terra Nova gründete; mittlerweile besteht das Team aus fast 30 Mitarbeitern. Neben dem Hauptsitz in Kapstadt ist Terra Nova im gesamten südlichen Afrika aktiv und bietet deutschen Planern größtmögliche Unterstützung sowohl im Leisure- als auch im MICE-Bereich.



Terra Nova ist als DMC seit Jahren auf dem MICE-Markt in Südafrika aktiv. Was macht deiner Meinung nach Südafrika als MICE-Destination so interessant?

Obwohl Südafrika eine klassische Longhaul-Destination ist, verlieren Planer durch Nachtflüge und die nicht – beziehungsweise kaum vorhandene – Zeitverschiebung keinen Tag bei der Anreise. Die Problematik Jetlag entsteht ebenfalls nicht. Südafrika ist außerdem immer noch sehr preiswert, insbesondere in puncto Verpflegung und Unterkünften.

Es gibt eine Vielzahl spannender Restaurants, Venues und Aktivitäten – dadurch können schon bei der Angebotserstellung passgenaue Programme, auch im Hinblick aufs Budget, erarbeitet werden.

Vielfalt ist das Hauptargument für Südafrika als prädestinierte Destination für MICE-Gruppen. Selbst bei einem nur kurzen Incentivetriple lässt sich das Beste aus zwei Welten sprichwörtlich vereinen: Safari, Wildlife und wunderschöne Natur ebenso wie moderne kosmopolitische Städte wie Kapstadt.

Hast du ein paar Tipps für Eventplaner, die es aus deiner Sicht zu beachten gilt und die unbedingt in das Programm eingearbeitet werden sollten?

Südafrika ist ein Land in dauerhafter Entwicklung. Es gibt so viele Entwicklungsprogramme und -projekte, die sich beispielsweise hervorragend mit CSR verknüpfen lassen. Genau aus diesem Grund ermutigen wir Planer, solche Programme zu integrieren. Es wird ein positiver Einfluss erzeugt, der über das jeweilige Programm und die jeweilige Gruppe hinausreicht. Gerade bei unseren deutschen Kunden stößt dieser Ansatz auf offene Ohren.

Ich habe schon häufig gesehen, dass jede Sekunde eines Tages verplant wird. Daher ist mein persönlicher Ansatz der, den Teilnehmern auch ein bisschen Zeit für sich zu gönnen. Darüber hinaus habe ich aber auch einen Tipp in Bezug auf unsere Restaurants. Die meisten servieren große Portionen. Wir aber lieben in puncto Essen das Sharing-Konzept. So können wir die große Bandbreite der südafrikanischen Küche präsentieren – und gleichzeitig hinsichtlich des Themas Food-Waste einen positiveren Effekt erzielen, als dies bei den klassischen Drei-Gänge-Menüs der Fall ist.

Inwieweit könnt ihr deutsche Planer unterstützen, die mit einer Gruppe nach Südafrika kommen wollen? Wo liegen eure Stärken?

Wir bei Terra Nova bemühen uns jedes Mal, den Erwartungen unserer Kunden nicht nur zu entsprechen, sondern sie zu übertreffen. Mit unserer langjährigen Erfahrung stehen wir von Anfang bis Ende eines Projektes beratend zur Seite.

Unser engagiertes Team bei Terra Nova ist dabei Dreh- und Angelpunkt. Neben der gegenseitigen Unterstützung vereint uns alle der Wille, unseren Kunden den bestmöglichen Service zu bieten. Über die Jahre haben wir uns ein großes Netzwerk an Suppliern aufgebaut, die uns bei jedem Projekt tatkräftig und auf den Punkt unterstützen.

Was ist dein persönliches Highlight in Südafrika?

An dieser Stelle würde ich lieber die Highlights unseres gesamten Teams zusammenfassen, denn wir haben gemeinsam so viel Zeit damit verbracht, verschiedenste Programme für Tages- oder Halbtagestouren zusammenzutragen – seien es Stadtrundgänge oder Besuche in kleineren Communities in der Umgebung einer Lodge. Bei uns können Gäste ganz authentisch erfahren, lokale Snacks probieren, talentierten Musikern lauschen, mit einem Künstler oder Storyteller ganz selbstverständlich ins Gespräch kommen – wenn auch ungewöhnlich, aus unserer Sicht aber absolut repräsentativ.

Stimmen zur MICE Trophy in Südafrika



Die MICE Trophy ist ein durchweg erfolgreiches Konzept; das hat sich nun bei der dritten Edition wieder sehr deutlich gezeigt. Im Rahmen dieses internationalen Programms erleben Entscheider aus der MICE-Branche eine Destination des Destinations Circle hautnah und können gleichzeitig neueste Trends und Angebote aus weiteren Destinationen kennenlernen: durch den täglichen, intensiven Austausch mit teilnehmenden Vertretern anderer Ziele und im Rahmen eines umfassenden und professionell aufgebauten Destinations-Seminars an einem der Programmtage. Durch das Integrieren von Teamaktivitäten und die umgesetzte Idee eines Trophy-Charakters finden Teambuilding und intensives Netzwerken zwischen Anbietern und Nachfragern statt. Und dies nicht nur in Ansätzen,

sondern im Rahmen eines echten MICE-Programms in einer Destination, stets untermalt vom Austausch von Erfahrungen und kreativen Ideen mit den Vertretern auch anderer Destinationen. Ein sehr positiver Effekt, der aus der kostbaren Zeit eines jeden MICE-Agenten und Firmenvertreters ein Maximum herausholt: hochwertige Inhalte und Destinationsschulungen.

Entstanden aus einem Konzept, das das Namibia Tourism Board als „MICE Trophy Namibia“ entworfen hat und das nun von Destination zu Destination zieht, konnte Südafrika nun mit der „MICE Trophy in Südafrika“ wahrlich ein sehr gutes Ergebnis erzielen – so wie auch die teilnehmenden Partner-Destinationen. Als Destinationen stehen wir zwar immer auch in einem gesunden Wettbewerb, aber nie in verbissener Konkurrenz. So nutzen wir gemeinsame Synergien, Kontakte und Best Practices – und stellen doch immer auch unsere USPs und unsere Individualität in das Spotlight. Ein idealer Mix für jeden MICE-Einkäufer.

Und da das Konzept auf dem Markt extrem positiv aufgenommen wurde und sich stets ein Kreis von ausgesprochen guten Agenturen und Corporates interessiert zeigt, haben sich bereits

die nächsten Gastgeber-Destinationen gemeldet.

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

Das sage ich zur Namibia-Teilnahme:

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

Matthias Lemcke, Namibia Tourism Board



Die MICE Trophy Südafrika war für South African Airways eine einmalige Gelegenheit, das Land Südafrika und seine Vielfältigkeit vorzustellen.

Beginnend mit einer entspannten „Über Nacht“-Anreise mit South African Airways, tauchten wir gleich ein in die urbane Großstadt Johannesburg und wurden auf interessanten Stadtführungen mit der Geschichte und Moderne vertraut gemacht. Anschließend ging es auf einer knapp dreistündigen Busfahrt in eine andere Welt, sprich: in die freie Natur. Wir tauchten ein in die Welt der „Big Five“ im Pilanesberg-Nationalpark und beobachteten auf ausgedehnten Pirschfahrten das Wildlife dieser faszinierenden Tiere inklusive „Sundowner Drinks“ und Lagerfeuer-Romantik, bevor es dann mit einem neuerlichen Nachtflug mit SAA wieder zurück nach Deutschland ging. Südafrika, eine Destination wie geschaffen für die MICE-Branche – wo sonst kann man in so kurzer Zeit so vielfältige Abenteuer erleben?

Joachim Tietz, South African Airways



Die MICE Trophy, war ein wunderbares Erlebnis, das gutes Destinations-Marketing und zielgerichtetes Destinations-Know-how vor Ort unter einen Hut bringt. Dank des sehr gut ausgearbeiteten Landprogramms von der von uns vertretenen DMC TerraNova konnte Südafrika facettenreich

vorgelegt werden und mit vielen Wow-Effekten brillieren. Die MICE-Entscheider können nun mit neuen Ideen die Destination ihren Kunden anbieten, und darauf kommt es uns natürlich an.

Anja Dickmann-Schüler, Tourism Marketing Communication (TMC)



der „MICE Trophy #InAbuDhabi“ im Februar 2018 war es für mich sehr leicht, auch während der Reise durch Südafrika Bezüge zu meiner Destination herzustellen. Erst kürzlich wurde Abu Dhabi von der beliebten Online-Plattform Skyscanner.com auf der Liste der kulturellsten Städte der Welt hinter Florenz auf Platz zwei gelistet und zusätzlich wurde die Hauptstadt der VAE bereits zum dritten Mal in Folge von der unabhängigen Website numbeo.com zur sichersten Stadt der Welt gewählt. Neuigkeiten wie diese waren natürlich ebenso hilfreich, die Lust und Neugier auf Abu Dhabi anzufachen, wie die Informationen zu unserem Förderprogramm „Advantage Abu Dhabi“, bei dem das Convention Bureau umfangreichen Support für Planer anbieten kann. Mein Fazit für die MICE Trophy Südafrika ist rundum positiv: Ich konnte sehr wertvolle neue Kontakte knüpfen, bestehende intensivieren und sogar auch direkt zwei Leads für Abu Dhabi mit nach Hause nehmen!

Frank J. Müllauer, DCT Abu Dhabi / Abu Dhabi Convention Bureau

Das Konzept der MICE Trophy hat in Südafrika einmal mehr absolut überzeugt. Die gelungene Kombination aus Workshops, Networking und interaktiven, gemeinsamen Erlebnissen bietet sowohl Corporate-Planern, Agenturen als auch den Anbietern einen großen und attraktiven Mehrwert. Einen großen Dank möchte ich an dieser Stelle auch noch einmal an South African Airways und die DMC Terra Nova richten, die die MICE Trophy in diesem Jahr möglich gemacht und mit einem einzigartigen Programm und Service den perfekten Rahmen für dieses Format geboten haben. Die Kombination von städtischer Infrastruktur und Naturerlebnis hat mir hierfür auch ideal in die Karten gespielt. Als Gastgeber



Der Destinations Circle ist für mich eine große Bereicherung, sowohl beruflich als auch persönlich. Aus dem regelmäßigen Austausch und der Zusammenarbeit mit anderen Convention Bureaus haben sich schon viele Impulse und Synergien für meine Arbeit ergeben, und ich freue mich sehr, dass daraus nicht nur gemeinsame Veranstaltungen in Deutschland, wie zum Beispiel der Summer Summit, entstanden sind, sondern eben auch ein innovatives Format wie die MICE

Trophy. Die gemeinsame Zeit in Südafrika war für alle Teilnehmer ein großartiges Erlebnis – auch und ganz besonders wegen der hervorragenden und sehr persönlichen Betreuung durch die DMC Terra Nova, die uns ein wunderbares Programm zusammengestellt hat. Viel Zeit für Destinationsvertreter und Entscheidungsträger, sich gegenseitig kennenzulernen, viel Gesprächsstoff durch die gemeinsamen Erlebnisse und die einmalige Gelegenheit, MICE-Planern auch mal ganz abseits der üblichen Pfade Informationen über „meine“ Destination Singapur näherzubringen. Das Interesse war jedenfalls groß, und ich freue mich, weiterhin mit allen Teilnehmern in Kontakt zu bleiben. Das Format funktioniert prima als Melting-Pot scheinbarer Gegensätze – so wie Singapur auch!

Karin Thönes, Singapore Tourism Board



Die MICE Trophy konnte zum dritten Mal beweisen, dass dieses Konzept sowohl für Buyer als auch Partner ein Erfolg ist. Dies ist natürlich auch der Harmonie der Gruppe zu verdanken, die gemeinsam die Destination Südafrika erleben konnte. Das Schöne am Konzept ist, dass jeder Teilnehmer neben dem klassischen Famtrip auch vier weite-

re Destinationen kennenlernen kann, die durch die jeweiligen Partner vertreten sind. Dadurch konnten alle Teilnehmer zusätzlich einen tiefen Einblick in Kolumbien, als MICE Destination erlangen. Dies ist viel mehr als eine „normale Lernveranstaltung“, denn alle Teilnehmer und Partner erleben die Destination gemeinsam und lösen als Team verschiedene Aufgaben – und das schweißt das Team zusammen. Das intensive Netzwerken sowie die Möglichkeit zur täglichen Weiterbildung schätzen die MICE Agenturen insbesondere. Das Ergebnis kann man nach wenigen Monaten durch direkte Anfragen für Gruppen schon feststellen.

Jewgeni Patrouchev, PROCOLOMBIA

Live-Kommunikation:

Der Weg zur richtigen Agentur | von Göran Göhring

Ein Agentur-Auswahlverfahren ist oft komplexer, als es auf den ersten Blick scheint.

Wie es Unternehmen gelingt, die passende Agentur zu finden, erläutert Göran Göhring von STAGG & FRIENDS.



Göran Göhring ist geschäftsführender Partner der auf Live-Experience fokussierten Agentur STAGG & FRIENDS. Mit seinem fast 50-köpfigen Team kreiert er Markenerlebnisse für Beauty- und Lifestyle-Marken wie Audi, got2b, Mercedes-Benz, Nature Box, smart und taft.

DIE AGENTUR-LANDSCHAFT ist vielfältig. Deutschlandweit firmieren rund 33.000 Firmen unter dem Begriff ‚Agentur‘ und bieten unterschiedlichste Dienstleistungen an. Kaum verwunderlich also, dass Entscheider in Unternehmen bei dieser

Mannigfaltigkeit den Überblick verlieren, welche Agentur die passende Lösung hat. Wirft man einen Blick auf die Eventbranche, machen schon allein die Beteiligungen diese Vielfalt deutlich: Schlagworte wie ‚Event-Marketing‘, ‚MICE-Agentur‘, ‚Live-Kommunikation‘, ‚Live-Marketing‘, ‚Face-to-Face-Kommunikation‘, ‚direkte Wirtschaftskommunikation‘, ‚Brand Experience‘ oder ‚Live-Experience‘ sind nur eine kleine Auswahl davon, was Unternehmen erwartet, wenn sie nach einer Agentur aus unserem Bereich recherchieren.

Die folgenden Tipps helfen Unternehmen dabei, sich erfolgreich einen Weg durch den Agentur-Dschungel zu bahnen und den für sie passenden Lösungsanbieter im Bereich Event und Live-Kommunikation zu finden:

Vorabauswahl treffen statt wahllos anschreiben

Im Live-Kommunikationssegment gilt es leider noch immer als gängige Praxis, eine Anfrage quasi wahllos an eine viel zu hohe Anzahl an Agenturen zu verschicken. Die Anfrage passt dann in der Folge entweder nicht zum Leistungsprofil der angeschriebenen Agentur oder ist so standardisiert, dass schon auf den ersten Blick klar wird, dass das kostengünstigste Angebot den Zuschlag erhält. Zielführend ist das nicht.

Wer eine qualitativ hochwertige Lösung von seinem externen Partner er-

wartet, muss sich zunächst darüber klar werden, was er eigentlich sucht: einen Event-Umsetzer aus dem MICE-Bereich oder eine Kreativ- und Strategie-Leistung? Diese Frage sollten Verantwortliche auf Unternehmensseite vorab intern und mit den verschiedenen am Agenturauswahlprozess beteiligten Abteilungen eruiieren. Darauf basierend kann – anhand entsprechender Recherchen oder persönlicher Empfehlungen – eine Vorabauswahl an Agenturen getroffen werden.

Viele Wege – ein Ziel

Pitch, Workshop, mehrere Poolagenturen mit unterschiedlichem Leistungsvermögen oder eine individuelle Lösung? Das muss jedes Unternehmen bzw. die einzelne Fachabteilung eines Konzerns für sich beantworten. Wenn man bedenkt, dass im Event-Segment viele Pitch-Konzepte nicht so umgesetzt werden wie ursprünglich eingebrieft, stellt sich oftmals die Frage, ob der Pitch für die zu lösende Aufgabe überhaupt zeitgemäß und notwendig ist.

Oftmals hilft auch ein Chemistry Meeting und/oder ein damit verbundener Workshop, um sich gegenseitig zu beschnuppern und herauszufinden, ob eine Zusammenarbeit grundsätzlich vorstellbar ist – fachlich wie persönlich. Das gilt übrigens für beide Seiten.

Ist ein Pitch unumgänglich, sollten Unternehmen im Rahmen der Anfrage allen Agenturen die Möglichkeit bieten, Rückfragen zu stellen, und das mindestens in einem persönlichen Re-Briefing. Noch besser als eine rein schriftliche Anfrage ist ein Briefinggespräch. Denn selbst ein einfacher Event ist vielfach auch mit Umsetzungskreation auf bestimmte Locations verbunden. Darüber hinaus müssen oft schon im Pitch kleinste Details wie Hotelverfügbarkeiten und weitere Rahmenbedingungen geklärt werden. Eine klare Erwartungshaltung, kommuniziert an alle Pitch-Teilnehmer, ist daher unabdingbar. Was nützt bei-

spielsweise die schönste Location-Idee für eine automobiler Produkteinführungs-Veranstaltung, wenn man später feststellt, dass ein Auto gar nicht durch die Tür der Location passt und das im Wettbewerbskonzept – manchmal auch sehr aufwendig mit Vorreise – nicht geprüft wurde? Oder wenn beispielsweise im Briefing ein Umsetzungskonzept in höchster Detailtiefe gefordert wird, die Pitch-Entscheidung jedoch letztlich über die Destination und Location fällt? Regelmäßige Schulterblicke mit dem vollständigen späteren Entscheiderkreis sorgen dafür, dass auch über einen längeren Pitch-Zeitraum hinweg die Richtung beibehalten und die gesteckten Ziele konsequent verfolgt werden. Leider wird der Zugang zu bestimmten Entscheidern vielfach verwehrt und daher kommen etwaige Briefingfehler oft erst in der Präsentation zum Vorschein.

Preisdrücker versus Businesspartner

In vielen Unternehmen agieren Einkaufsabteilungen als Businesspartner, die Agenturen Zugang zu neuen Anfragen und Abteilungen eines Konzerns bieten. Gleichzeitig ist es die für Agenturen unliebsame Aufgabe des Einkaufs, die Kosten der Marketingabteilung im Blick zu halten. Außergewöhnliche Kreativideen, durchdachte Konzepte und aufwendige Detailumsetzungswünsche gibt es nicht umsonst. Damit beispielsweise ein gewonnener Pitch nicht an zu hohen Kosten scheitert und Preisverhandlungen

für beide Seiten Früchte tragen, sollte der Einkauf im Dialog mit der Fachabteilung die Rahmenbedingungen bzw. den Projektumfang klären und den Wert der zu erbringenden Leistung adäquat bemessen. Agiert der Einkauf lediglich als ‚Preisdrücker‘ und bremst im Nachhinein aus, kann bei den Agenturen schnell der Eindruck entstehen, dass es einem Unternehmen nur um Ideenfishing geht. Dies sollte im Sinne einer fruchtbaren gemeinsamen Zusammenarbeit unbedingt vermieden werden.

Wertschätzung im gesamten Prozess

In jedem Pitch stecken nicht nur Herzblut, Emotion und Kreativpower, sondern natürlich auch Zeit und Geld. Vielen Kundenentscheidern und Einkaufsverantwortlichen ist oftmals gar nicht bewusst, welchen ‚Schnellzug‘ sie bei jeder Neuanfrage an eine Agentur auf Gleis setzen. Bei jedem Wettbewerb fallen interne und oftmals externe Kosten wie Vorreisen, (Kreativ-)Support durch Freelancer etc. an. Bevor sich eine Agentur für eine Pitch-Teilnahme entscheidet, fragen sich die Verantwortlichen oft, was der Wettbewerb oder die Ausschreibung die Agentur eigentlich kostet und wie die Pitch-Investition später wieder reingeholt werden kann. Im Sinne einer wertschätzenden Beziehung zwischen Kunde und Agentur wäre es wünschenswert und hilfreich, wenn kundenseitig ein Bewusstsein für diese finanziellen, personellen sowie auch emotionalen Auf-

wände vorläge. Das gilt auch oder speziell für diejenigen Agenturen, die in einem etwaigen Pitch das Nachsehen hatten. Ein Kunden- und Projektverlust nach intensiver Arbeit ist immer auch erst mal demotivierend. Damit Agenturen die Entscheidung des Unternehmens besser nachvollziehen können, sollte der Pitch-Auftraggeber eine Absage detailliert begründen und einen Feedback-Dialog anbieten. Nur so kann eine Agentur eine Niederlage nachvollziehen und an ihr wachsen, wovon wiederum der Kunde beim nächsten Briefing profitiert.

Live-Kommunikation ist Wertschöpfung

Unternehmen sollten im Event- und Live-Kommunikationsbereich – wie bei jeder anderen Dienstleistung auch – den Fokus auf Investition statt auf Kosten legen: Richtig eingesetzte Live-Experience zahlt voll auf die Wertschöpfung ein. So sorgen beispielsweise strategisch durchdachte B2B-Trainings für ein wissensstarkes und hochmotiviertes Vertriebsteam. Daraus resultiert dann eine Absatzsteigerung für diese Produkte. Gleiches gilt auch für den B2C-Bereich: Eine zielgerichtete Live-Experience, beispielsweise in Kooperation mit Influencern, erwirkt eine hohe Kontaktzahl in den sozialen Medien und führt damit ebenfalls zu erhöhtem Abverkauf. Das alles kann eine richtig ausgewählte Agentur als optimaler Businesspartner für ihren Kunden erreichen.

Anzeige



FIT4Congress

14. November 2019

Die Konferenz für die Tagungs- und Eventbranche
im Löwensaal | Dresden

Thema: Der Kongress der Zukunft – Interaktion,
Netzwerk, Dialog

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.dresden-convention.com

Dresden.
Dresden

Emirates ernennt neue Führungspositionen



Adel Al Redha



Adnan Kazim



Majid Al Mualla

Neue Führungspositionen in den Bereichen Flugbetrieb, Vertrieb und internationale Beziehungen: **Adel Al Redha** wird zum Chief Operating Officer ernannt, **Adnan Kazim** zum Chief Commercial Officer und Scheich **Majid Al Mualla** zum Divisional Senior Vice President, International Affairs.

Als Chief Operating Officer (COO) leitet Adel Al Redha alle flugbetrieblichen Abteilungen wie Flight Operations, Service Delivery, Airport Services, Emirates Engineering, Crew, Flugzeugbeschaffung und die Emirates Flight Training Academy sowie das weltweite Streckennetz, einschließlich Crisis Response. Al Redha wird die operative Effizienz und Effektivität innerhalb aller Abteilungen der Fluggesellschaft überwachen und eng mit den anderen Mitgliedern des Executive Leadership Teams zusammenarbeiten.

In seiner Funktion als Chief Commercial Officer (CCO) ist Adnan Kazim verantwortlich für die Bereiche Worldwide Commercial Operations, E-Commerce, das Loyalitätsprogramm Emirates Skywards und Emirates SkyCargo. Adnan Kazim wird weiterhin die Teams für strategische Planung und Umsatzoptimierung bei Emirates leiten. Dies sind wichtige Funktionen, die den wirtschaftlichen Erfolg der Fluggesellschaft unterstützen.

Scheich Majid Al Mualla, der zuvor die Position Divisional Senior Vice President, Commercial Operations-Centre innehatte, wurde zum Divisional Senior Vice President, International Affairs ernannt. In seiner neuen Funktion wird er die Agenda der Fluggesellschaft in den Bereichen Regierungsangelegenheiten, Public Policy, regulatorische Angelegenheiten, Umwelt- und Branchenthemen sowie internationale Beziehungen vorantreiben. Er wird Teams leiten, die Emirates bei Regierungsverhandlungen und Luftverkehrsgesprächen sowie in verschiedenen Gremien der Luftfahrtindustrie, in denen Emirates Mitglied ist, vertreten.

Frauenpower im FAMAB-Vorstand

Vera Viehöfer
Foto: Frank Mitchell

Vera Viehöfer, Director Live-Marketing Ereignishaus und Prokuristin der geno kom Werbeagentur GmbH ist mit Wirkung zum 18. Juni 2019 zum Vorstandsmitglied des FAMAB Kommunikationsverband e.V. berufen worden. Die einzige Frau im FAMAB-Vorstand wird sich vor allem um das Ressort „Internationales“ kümmern.

Vera Viehöfer ist bereits seit 2011 für den FAMAB aktiv und hat sich insbesondere in Nachwuchsformaten, unter anderem auch beim Nachwuchs-Award und in der Hochschulbetreuung, engagiert. „Dem FAMAB, als einem der führenden Fachverbände, wie dem Ereignishaus, war es immer schon wichtig, die Bedeutung des Live-Marketings in einer integrierten Wirtschaftskommunikation zu stärken und der Branche Gehör zu verschaffen“, erklärt sie. „Als Mitglied des Verbandes haben sich für uns als Ereignishaus immer mehr interessante Ansätze des Austausches und der Zusammenarbeit ergeben. Ein wichtiger Impuls war das International Festival of Brand Experience (BrandEx) im Januar 2019. Hier waren wir im HotHouse und in verschiedenen Arbeitsgruppen an der Konzeption beteiligt.“

Ursprünglich in der Musikbranche aktiv, zeichnet Vera Viehöfer seit 2005 für den Bereich Live-Marketing bei der geno kom Werbeagentur verantwortlich, seit 2011 als Director Live-Marketing Ereignishaus und seit 2018 als Prokuristin der Agenturgruppe. Darüber hinaus ist sie in den letzten Jahren bei der ISM als Dozentin für die Bereiche Veranstaltungsmarketing, Strategische Live-Kommunikation, Kreation & Konzeption tätig gewesen.

Richard Schestak Managing Director im Siam Kempinski Hotel Bangkok

Vera Viehöfer
Foto: Frank Mitchell

Der neue Managing Director im Siam Kempinski Hotel Bangkok heißt **Richard Schestak**. Der gebürtige Österreicher bringt 28 Jahre Erfahrung in der internationalen Hotellerie in Europa, Nordamerika, dem Mittleren Osten, Afrika und dem asiatisch-pazifischen Raum in seine neue Position mit, wobei er einen starken Background in der Hotel Operations, besonders in der Entwicklung von Food & Beverage-Konzepten und Michelin-Sterne Restaurants vorweisen kann. 21 Jahre davon verbrachte Richard Schestak in Führungspositionen bei Fairmont Raffles Hotels, wo er in luxuriösen Hotels und Residenzen in Schlüsselpositionen engagiert war. Unter anderem leitete er als General Manager das Raffles Jakarta in Indonesien sowie das Raffles Hotel Le Royal Phnom Penh in Kambodscha und war als Opening Director of Operations im Fairmont Bab Al Bahr in Abu Dhabi, als Regional Director of Food & Beverage - Middle East & South Africa Fairmont Hotels und als Director of Food & Beverage im Fairmont Dubai tätig.

Alles aus einer Hand – Arbeit und Vergnügen verbinden mit Amadria Park



WER ZU KONGRESSEN und Incentives einlädt, wünscht sich, dass die Teilnehmer motivierende Impulse und unvergessliche Erinnerungen mit nach Hause nehmen. Attraktive Destinationen, ein kompetenter Organisations-Partner sowie erstklassige Locations und Hotels sind die entscheidenden Bausteine. Die kroatische Hotelmarke Amadria Park vereint alle Faktoren in einer Hand in Šibenik und Opatija, zwei der schönsten Destinationen an der Adriaküste.

Kongresse und Incentives mit WOW-Effekt in Šibenik

Die fünf Amadria Park Hotels mit ihren Top-Eventlocations liegen auf einer der Stadt Šibenik vorgelagerten Halbinsel direkt in Strandnähe. In der Nähe befinden sich zwei Flughäfen, Split und Zadar, die internationale Flüge zu zahlreichen europäischen Städten anbieten.

Das 2017 eröffnete Convention Centre Šibenik ist das größte Convention Centre in Kroatien und verfügt über elf hochmoderne Tagungsräume, darunter der größte Veranstaltungssaal des Adria-raumes mit Platz für 1.500 Delegierte. Die genussvolle Ergänzung finden die Teilnehmer in den Hotels mit Pools, Spa-Bereichen und gastronomischen Angeboten. Mit über 1.500 Zimmern ist Amadria Park in der Lage, die erforderliche Unterkunft für Kongresse zu stellen.

Zum Get together und zu kulinarischen Erlebnissen laden das Dalmatinische Ethnodorf und der Mediterrane Platz ein. An Bord des Galija Explorer Ship, einem restaurierten Schiff aus dem Jahr 1914, können die Tagungsteilnehmer die Küste vor Šibenik mit ihren unzähligen Inseln erkunden. Mit Ausblick auf das Šibenik-Archipel bietet der En Vogue Beach Club ein luxuriöses Ambiente für Sundowner-Events zum Ausklang erfolgreicher Meeting-Sessions.



Für das Begleitprogramm haben Eventplaner die Wahl unter einer Fülle an Optionen: Wandeln auf den Spuren von Winnetou und Old Shatterhand bei den sieben Wasserfällen der Krka oder eintauchen in die Atmosphäre von Games of Thrones in der historischen Altstadt von Šibenik. Zwei UNESCO Weltkulturerbe und einmalige Naturschönheiten zeichnen Šibenik und seine Umgebung aus.

Business und Leisure mit Flair in Opatija

Opatija, das zu Zeiten der Habsburger Monarchie als eleganter Kurort florierte, besitzt wunderschöne Gärten, welche die prächtigen Villen aus der Gründerzeit umrahmen. Einige der Anwesen beherbergen heute Hotels von Amadria Park. In den insgesamt 6 Hotels stehen über 500 Zimmer zur Verfügung. Die Küstenstadt ist nur fünf Autostunden von mitteleuropäischen Städten wie Mailand, München und Wien entfernt und in der Nähe mehrerer internationaler Flughäfen.

Der Conference Park 25/7 ist der modernste Veranstaltungsort von Amadria Park und bietet neun multi-flexible Tagungsräume. Mit den drei Formaten „Sea Office“, „Out of Office“ und „Market“ holt die Location für die Teilnehmer das Maximum aus der unmittelbaren Umgebung heraus.

Für Veranstaltungen mit Eleganz und Stil steht die Royal Hall zur Verfügung. Der große Ballsaal ist für Firmenfeiern und Gala-Dinners konzipiert, an lauen Sommerabenden lockt die Terrasse ins Freie. Der Royal Square eignet sich für Produktpräsentationen und Cocktail-Empfänge für bis zu 1.000 Personen und begeistert mit seiner Aussicht auf das Meer. Zur Erholung und für ausgelassene Abendevents mit Live-Musik ist der von Palmen gesäumte Royal Beach am Ufer der Kvarner Bucht der ideale Ort.

Ohne in der Gastro World die Spezialitäten der Region zu erkunden, wäre eine Veranstaltung in Opatija nicht komplett. Unter einem Dach begeben sich die Teilnehmer auf eine sinnliche Reise mit Verkostungen hausgemachter Produkte.

● KONTAKTDATEN

Amadria Park
info@amadriapark.com
www.amadriapark.com



„Frauen sollten sich nicht als Konkurrenz betrachten. Wir sollten uns unterstützen!“

Frauen in Führungspositionen sind ein heiß diskutiertes Thema. Für uns Grund genug, einige der „Female Leaders“ genauer vorzustellen. Für diese Ausgabe sprach CI mit Jutta Göttken, Kopilotin bei Air Mauritius.

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

In meiner jetzigen Position bin ich als Kopilotin für die Air Mauritius tätig. Ich fliege vor allem nach Asien, aber auch nach Europa und Afrika. Der A330 bietet in der Sitzplatzkonfiguration der Air Mauritius Platz für 280 Passagiere. Meine Crew besteht normalerweise aus 10 bis 13 Crew-Mitgliedern, die meistens zu jedem Flug wechseln.

Seit 10 Jahren fliege ich beruflich Flugzeuge. Nach meiner Ausbildung zur Pilotin an der RWL German Flight Academy in Mönchengladbach und Vero Beach, Florida, habe ich zunächst als Kopilotin für die AvantiAir auf ‚kleineren‘ (50 Passagiere) Turboprop-Flugzeugen angefangen.

Nach einem Jahr habe ich zur Lufthansa CityLine gewechselt, die mich auf dem Flugzeugtyp Bombardier CRJ 700/900 ausgebildet hat. Mit der Stationierung in München und einem ausgedehnten Streckennetz in ganz Europa habe ich mehr als 2.500 Flugstunden, nun auf diesem agilen Jet, sammeln können.

Aus wirtschaftlichen Gründen wurde mir nach beinahe fünf Jahren Tätigkeit für die Lufthansa CityLine angeboten, unbezahlten Urlaub zu nehmen und in diesem für die Turkish Airlines tätig zu werden. Dies war vermutlich einer der bedeutendsten Schritte in meiner Karriere, die mich zu meiner jetzigen Position geführt haben. Für die Turkish Airlines wurde ich nun auf dem Flugzeugtyp ausgebildet, den ich heute fliege: dem Airbus A330. Für die Turkish Airlines war ich nun auch das erste Mal weltweit tätig.

Nach Ablauf des unbezahlten Urlaubs kehrte ich zunächst zur Lufthansa CityLine und auf die ‚Kurzstrecke‘ (europaweite Flüge) zurück. Nun war ich jedoch in der interessanten Position, dass ich mich durch meine fliegerische Erfahrung, gepaart mit einem weltweiten Pilotenmangel, für jegliche Firmen weltweit bewerben konnte. Ich nahm mir Zeit für Recherche und stieß auf die Air Mauritius, schrieb kurzerhand meine Bewerbung,



Die gebürtige Dorstenerin Jutta Göttken fliegt seit einem Jahr bei Air Mauritius als Co-Pilotin. Foto: Krishna Huree/MauritiusVibrations

wurde wenig später zum viertägigen Assessment Center eingeladen und konnte anscheinend überzeugen, sodass ich heute hier auf Mauritius arbeite und lebe.

Wo sehen Sie in puncto Erfolg die größten Hürden für Frauen?

Die größte Hürde für Frauen sehe ich im Zusammenbringen von Karriere und Familie und dem Zwiespalt, der sich hier ergibt und dem sich, denke ich, jede Frau persönlich stellen muss. Kann ich Karriere und Kinder vereinbaren? Wie lange kann ich in meinem Berufsfeld abwesend sein, in Teilzeit arbeiten und trotzdem die gleichen Karrierechancen haben wie jemand, der die ganze Zeit ‚anwesend‘ ist. In meiner Branche habe ich den ‚Vorteil‘, dass in den meisten größeren Firmen die Aufstiegschancen zum Kapitän oder zu jeglichen Sonderfunktionen durch sogenannte Senioritätslisten ganz klar geregelt sind. Auf die Charaktereigenschaften, die ein Kapitän benötigt, wird schon in den Bewerbungsgesprächen für Kopiloten selektiert, sodass theoretisch jeder mit der ausreichenden fliegerischen Erfahrung die Voraussetzungen erfüllt.

Dieses System garantiert für jeden – ausreichende Qualifikation vorausge-

setzt – die gleichen Aufstiegschancen. Und durch längere Abwesenheit, wie z.B. durch Schwangerschaft und Mutterschutz, bleibt die Seniorität bestehen, sodass keinerlei Nachteile entstehen. Die meisten größeren Fluggesellschaften bieten auch die Möglichkeit, nach dem Mutterschutz in Teilzeit anzufangen.

Ich denke, dass hier in anderen Branchen mehr Initiative gezeigt werden sollte, sodass Frauen durch ihre Familienplanung keine Nachteile entstehen.

Hatten Sie in Ihrer bisherigen Laufbahn mit Vorurteilen zu kämpfen?

„Warum ist der Himmel blau und nicht rosa?“, „Uns fliegt eine Frau!“ (Oder am besten gar zwei Frauen), „aber Sie haben ja noch einen Mann neben sich“ (mit Erleichterung) – Vorurteile gegenüber Frauen sind, denke ich, vor allem in technischen oder klassischen Männerberufen leider immer noch verbreitet, insbesondere bei den Leuten, die eigentlich nichts mit dem Beruf zu tun haben.

Von meinen männlichen Kollegen ist mir nie das Gefühl gegeben worden, dass ich als Frau weniger ernst genommen werde. Von Passagieren jedoch bekommt man schon das ein oder andere Mal eine Bemerkung mit, die in Richtung Vorurteil geht und die einem Mann gegenüber nicht gefallen wäre.

Jedoch muss ich sagen, dass die Mehrheit der Passagiere sehr positiv und befürwortend reagiert.

Aber warum eigentlich muss man überhaupt reagieren? Warum wird es als etwas Besonderes angesehen, wenn eine Frau als Pilot agiert? Wenn Frauen und Männer in den Köpfen der Menschen wirklich gleichgestellt wären, dürfte es eigentlich niemandem als bedeutend auffallen, dass eine Frau fliegt.

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

Mein Führungsstil? Das ist eine gute Frage ... Ich denke, vor allem Integration. Das Wahrnehmen jedes einzelnen Mitgliedes meiner Crew und ein Bewusstsein

dafür, was die Herausforderungen jedes Einzelnen sind. Des Weiteren ist mir sehr wichtig, dass jeder ernst genommen wird und nicht mit seinen Problemen, sei es mit Passagieren, Gesundheit oder privaten Faktoren, alleine gelassen wird.

Als Crew geht Führung oftmals über das Berufliche hinaus. Wir verbringen viel Zeit im Ausland/Hotels und es entstehen alle erdenklichen Situationen.

Als Vorgesetzte, denke ich, ist es wichtig, die Situation in die gewünschte Richtung zu lenken, ohne dass der/die betroffene Kollege oder Kollegin sich unter Druck gesetzt oder nicht verstanden fühlt. Es müssen Lösungen gefunden werden, die für die Firma und jeden Einzelnen vertretbar sind.

In der Luftfahrt gilt bei jeglicher/Entscheidung immer, dass Sicherheit zuerst kommt, sei es die Sicherheit der Crew oder die der Passagiere.

Wer hat Sie auf Ihrem bisherigen Lebensweg inspiriert?

Inspiriert wurde ich in meiner Laufbahn vor allem durch erfahrene Kollegen und Kolleginnen. So sind mir bei dieser Frage ziemlich direkt zwei Kolleginnen in den Sinn gekommen, die ich sehr für die Weise ihrer Arbeit und ihren Lebensweg bewundere!

Mit der ersten Kollegin hatte ich das Vergnügen, als sehr junge, unerfahrene Kopilotin zusammenarbeiten zu dürfen. In einem unserer gemeinsamen Flüge hatten wir irgendwo über dem Mittelmeer eine Situation, in der unser Turboprop-Flugzeug so viel Eis angesetzt hatte, dass wir unsere geplante Flughöhe nicht mehr halten konnten und in wärmere Luftschichten sinken mussten. Ich war diejenige, die den Flug durchführte, und trotz dieser abnormalen Situation und meiner Unerfahrenheit überließ meine Kapitänin mir weiter die Kontrolle des Flugzeugs, forderte mich auf, den Autopiloten auszuschalten und zu fühlen, wie sich das Flugzeug in der Kontrolle ‚anfühle‘, und zu beurteilen, ob es durch den Eisansatz zu Kontrollveränderungen gekommen sei. Sie war dabei ruhig und professionell und verließ sich komplett auf meine Einschätzung. Nicht nur in diesem Flug gab ihre Art und Weise mir die Möglichkeit, wichtige Erfahrungen zu sammeln, zu lernen und persönlich zu wachsen. Ich hoffe, dass ich eines Tages genauso Kollegen fördern kann wie sie.

Eine andere Kollegin inspiriert mich vor allem durch ihren Lebensweg. Ich denke, dass der Generation vor mir deutlich mehr Steine in den Weg gelegt worden sind. So war es der Traum dieser Kollegin, Pilotin zu werden, der jedoch damals (ich denke, das müsste wahrscheinlich vor 30 Jahren gewesen sein) abgewiesen wurde mit der Begründung, dass die Flugschule nur Männer ausbilden würde. Über Umwege hat sie sich schließlich den Traum vom Fliegen an einer privaten Flugschule erfüllt und ist eine derjenigen, die sich von keinem Mann anders behandeln lassen würde, als diese einen Mann behandeln würden. Ich denke, dass Kolleginnen wie sie den Grundstein dafür gelegt haben, dass ich mich heute als Pilotin gleichgestellt mit meinen männlichen Kollegen fühle. Frauen wie sie sind der Grund – wahrscheinlich, ohne dass es ihnen selber bewusst ist –, dass heute Frauen in meiner Position ernst genommen werden und sich nicht zu behaupten haben. Dies ist für mich wirklich inspirierend.

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

Ich würde jungen Kolleginnen gerne mit auf den Weg geben, dass sie an sich und ihre Fähigkeiten glauben, ihre Träume verfolgen sollen, so unerreichbar diese auch erscheinen mögen, und sich nicht eines Besseren belehren lassen.

Ein Pilot durchlebt in seiner Ausbildung und Laufbahn oftmals unterschiedliche Phasen. So hat fast jeder Phasen, in denen zum Beispiel die Landungen nicht so gut funktionieren oder in denen man an sich selber zweifelt. Nun habe ich persönlich das Gefühl, dass es Frauen leichter fällt, über das zu reden, was dazu führen kann, dass man das Gefühl hat, dass es bei den anderen, meist männlichen Kollegen, besser läuft als bei einem selbst...Glauben Sie an sich! Nur weil der Kollege so auftritt, als würde er jeder Aufgabe gewachsen sein, muss dies noch lange nicht der Fall sein. Er hat ähnliche Problemen zu bewältigen, auch wenn er als der ‚starke‘ Mann auftritt.

Des Weiteren liegt mir sehr am Herzen, dass sich Frauen gegenseitig fördern. Seien Sie füreinander da! Dies ist in meiner Branche zum Glück der Fall. Jedoch höre ich von einigen Freundinnen, die in anderen Berufsfeldern in führenden Positionen tätig sind, dass speziell Frauen sich gegenseitig als Konkurrenz betrach-

ten... Ist das ihr Ernst? Sollten wir nicht stolz auf unsere Kollegin sein, wenn sie es schafft, in der Firma aufzusteigen, und sie dabei unterstützen? Warum legen wir uns gegenseitig Steine in den Weg? Ich hoffe, dass hier ein Umdenken stattfindet und Frauen sich gegenseitig fördern und stärken.

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

Ich denke, dass man hier nicht verallgemeinern sollte. Jede Frau und jeder Mann besitzen andere Eigenschaften. So denke ich, dass es sicherlich Eigenschaften gibt, die bei Frauen weiter verbreitet sind als bei Männern, jedoch gibt es sicherlich auch einige Männer, bei denen genau diese Eigenschaften mehr ausgeprägt sind als bei den meisten Frauen. Daher denke ich, dass man Eigenschaften nicht nach Geschlechtern trennen sollte, sondern jede Person als Individuum mit ihren persönlichen positiven Eigenschaften wahrnehmen sollte.

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

Immer noch? Wir leben in einer ‚modernen‘ Welt, in der fast jeder in der westlichen Welt an eine Gleichstellung der Geschlechter glaubt. Trotzdem spiegelt sich diese in der Arbeitswelt nicht wider. Es gibt immer noch deutlich weniger Frauen in Führungspositionen, Frauen, die bei gleicher Arbeit weniger verdienen als ihre männlichen Kollegen, und deutlich weniger Frauen in der Politik. Und hierbei ist Deutschland im internationalen Vergleich eines der Vorzeigeländer... (dies schreibend sitze ich gerade in Mumbai, wo ich sehr gerne über Geschlechterungleichheit auf jeglicher Ebene diskutieren würde). Wenn es uns nicht gelingt, eine gerechte Arbeitswelt zu schaffen, wie können wir es von anderen verlangen? Ich hoffe sehr, dass das Thema Geschlechterungleichheit weit mehr Dynamik entwickelt, als dies zurzeit der Fall ist, und dass vor allem auch über Europas Grenzen hinaus sich in den kommenden Jahren einiges verändert. Und ja, es ist sehr wichtig, dies öffentlich zu diskutieren und auf die Missstände, wenn es sein muss, immer und immer wieder hinzuweisen.



Der Bremer Roland auf dem Marktplatz gilt als eines der bekanntesten Wahrzeichen von Bremen und steht als Symbolfigur für die Freiheit und die Rechte der Stadt.
Foto: trabantos/shutterstock.com

Bremen & Bremerhaven :

Zwei Städte, ein Land – Teil 1: Bremen | von Mali Karbach

Zwischen maritimer Wirtschaft und einer hohen Markendichte bietet Bremen beste Voraussetzungen für die MICE-Branche. Gut vernetzte Locations, starke Incentives und Sehenswürdigkeiten wie der Roland, die berühmten Stadtmusikanten oder das idyllische Schnoorviertel zeichnen Bremen ebenso aus wie schnelle Wege und sympathische Bodenständigkeit.

Die Perle an der Weser

Was sofort auffällt: Bremen ist grün. Egal ob der im Herzen der Stadt liegende Bürgerpark und der angrenzende Stadtwald oder die in den Sommermonaten bunt blühenden historischen Wallanlagen im Zentrum – 2.362 Hektar Grünfläche im Stadtgebiet machen Bremen zu einer der grünsten Städte Deutschlands.

Kein Wunder also, dass die Weserstadt mit ihren 500.000 Einwohnern

nach Amsterdam und Kopenhagen auch zu den größten europäischen Fahrradstädten gehört und zusammen mit Bremerhaven das eigene Markenzeichen *Bremen Bike it!* hat. Bequem von Termin zu Termin radeln? In Bremen kein Problem. Gut ausgebaute Fahrradwege verbinden Sehenswürdigkeiten, Kultureinrichtungen und Wissenschaftsstandorte miteinander. Entlang der Weser und Grünflächen, durch ruhige Wohnviertel und

lebendige Quartiere lernt man die Stadt per Velo am besten kennen.

Weiterhin ist die Messestadt Bremen überzeugender Wirtschaftsstandort. Rund 22.000 Unternehmen sorgen für 325.000 Arbeitsplätze. Was die wenigsten wissen: Bremen hat die höchste Beschäftigungsdichte in der Luft- und Raumfahrt in Deutschland. Industrieunternehmen wie die Airbus Group und Forschungsinstitute wie das Deutsche Zentrum für Luft-

und Raumfahrt (DLR) und das Deutsche Forschungszentrum für Künstliche Intelligenz (DFKI) schaffen einen Umsatz von 4 Milliarden Euro im Jahr.

Im kleinsten Bundesland der Republik wird zudem See- wie auch Binnenschifffahrt betrieben. Zusammen mit Bremerhaven bildet Bremen die viertgrößte Containerdrehscheibe Europas. Während Bremerhaven als Umschlagplatz für Fahrzeuge dient, fungiert Bremen als Produktionsstandort von Mercedes-Benz. 12.500 Mitarbeiter machen das Unternehmen zum größten Arbeitgeber der Region.

Nur 45 Minuten Autofahrt zwischen Bremen und Bremerhaven, eine schnelle öffentliche Verkehrsanbindung zum internationalen Flughafen Bremen und der direkte Autobahnanschluss zur A1 sind auch für die MICE-Branche optimale Voraussetzungen.

Bremen als MICE-Standort

Mit der organisatorischen Zusammenführung der Bremer Touristik-Zentrale (BTZ) und der Wirtschaftsförderung Bremen (WFB) rückt auch die MICE-Branche zunehmend in den Vordergrund.

Im Rahmen des neuen Tourismusprogramms 2025 wurden gemeinsam mit Messe, Hotellerie, Kultureinrichtungen und weiteren Leistungsträgern die wichtigsten Schwerpunkte und Ziele für die nächsten Jahre festgelegt. Das Kongress- und Tagungsgeschäft gehört dabei zu einem von insgesamt fünf bedeutenden Profithemen.

Nachdem sich Bremen in den letzten Jahren als Kongress- und Messestandort etablieren konnte, wird der Fokus zu-

künftig auf den Zuwachs von Kongressen und Tagungen im mittleren und großen Segment gelegt.

Die Messe Bremen

Direkt gegenüber dem Hauptbahnhof liegt das Messe und Congress Centrum Bremen. Auf 40.000 Quadratmetern überdachter Fläche und dem weitläufigen Open-Air-Parkareal Bürgerweide finden jährlich rund 115 Veranstaltungen statt. Sieben Messehallen, das Congress Centrum Bremen (CCB) und die ÖVB Arena sind hier vereint und können flexibel miteinander kombiniert werden.

Die unterschiedlichen Dimensionen der Hallen und Gruppenräume bieten ein breites Spektrum an Möglichkeiten für Veranstaltungsformate verschiedener Größenordnungen. Alle Messehallen sind säulenlos, verfügen über natürliches Tageslicht und lassen sich bei Bedarf verdunkeln.

Seit 2002 komplettiert die 4.000 Quadratmeter große Mehrzweckhalle 7 das Messegelände. Separiert von den anderen Hallen, ist sie für 7.000 Steh- oder 3.500 Sitzplätze ausgelegt. Technisch auf dem neuesten Stand können hier Konzerte, Shows, Messen, Kongresse oder Tagungen stattfinden. Die im Obergeschoss befindliche Business-Lounge ist besonders geeignet für kleinere Empfänge oder Meetings.

Neuerungen wie die verbesserte WLAN-Kapazität in den Hallen 2 bis 7, das mobile Raumteilungssystem in Halle 4.1 und nachhaltige Maßnahmen – beispielsweise die Verwendung von LED-Licht und Solaranlagen – tragen zu einem erhöhten Qualitätsstandard bei.

Angrenzend an die Messehallen befindet sich die ÖVB Arena, in der unter anderem schon Größen wie Elton John und die Rolling Stones auf der Bühne standen. Im Jahr 2005 wurde nach dem Umbau der 77 Meter langen, 40 Meter breiten und 20 Meter hohen Arena die Maximalkapazität auf 14.000 Plätze aufgestockt. Mit ihren spielfeldnahen Zuschauerplätzen ist sie ebenfalls ein beliebter Austragungsort für große Sportveranstaltungen.

Für die reibungslose Planung, Organisation und Durchführung der Messen, Kongresse und Tagungen arbeiten das Convention Bureau der Bremer Touristik-Zentrale und die Mitarbeiter von Congress Bremen eng zusammen.

Maritim Hotel Bremen

Durch die zentrale, aber ruhige Lage am Bürgerpark und den direkten Anschluss an das Congress Centrum Bremen ist das Maritim Hotel mit 261 Zimmern perfekt geeignet für Geschäftsreisende. Zwei Restaurants, eine Bar und ein Wellnessbereich mit Schwimmbad und Sauna sorgen zudem für kulinarische Höhepunkte und Erholung.

Vom Hotel aus gelangen die Veranstaltungsteilnehmer auf direktem Weg in das CCB. Integriert in das Bremer Messezentrum, bietet es 16 unterschiedlich



li.: Das imposante Dorint Parkhotel punktet durch seine malerische Lage direkt am Hollersee im Bremer Bürgerpark.

re.: Im Saal Gräfin Emma können auch automobile Ausstellungen oder Produktpräsentationen umgesetzt werden. Fotos: Dorint Hotel





← große Veranstaltungsräume, die über eine Gesamtkapazität von bis zu 3.500 Personen verfügen. Das 1.700 Quadratmeter große Foyer kann ebenfalls als Ausstellungsfläche genutzt werden.

Mit 1.470 Quadratmetern ist der Maritim-Hanse-Saal der größte Raum im Congress Centrum. Er ist ausgestattet mit einer hochwertigen Beschallungsanlage, Tonmisch- und Lichtsteuerpulten, einem Lastenaufzug sowie einer Bühne, einer Empore und einem Regieraum. Der nächstkleinere ovale Kaisen-Saal für maximal 450 Personen besticht dank seiner Seidenstoffbespannung durch eine besondere Akustik. Die übrigen Seminarräume verfügen über Tageslicht und befinden sich bis auf vier Gruppenräume alle auf einer Etage.

Dorint Hotels Bremen

Mitten im Bremer Bürgerpark liegt das prestigeträchtige Fünf-Sterne-Dorint-Parkhotel in malerischer Kulisse direkt am Hollersee. 175 Zimmer und sechs Suiten unterschiedlicher Kategorien bieten Komfort auf höchstem Niveau.

Der Veranstaltungsbereich des traditionsreichen Hotels wurde Anfang 2017 komplett renoviert und präsentiert sich seitdem in einem modernisierten Design. In den sechs historischen Veranstaltungsräumen im Barock-Stil finden auf 11 bis 420 Quadratmetern insgesamt bis zu 440 Personen Platz. Hohe Decken und bodentiefe Fenster sorgen für ein Wohlfühlambiente.

Die klimatisierten Räume sind teilweise miteinander kombinierbar und

bieten entweder einen Blick auf den Park oder den See. Einige verfügen außerdem über einen direkten Zugang zur Gartenterrasse, die zusätzlich bespielt werden kann. Ein großer Pluspunkt ist auch die Möglichkeit automobiler Ausstellungen oder Produktpräsentationen, die sich beispielsweise im Saal Gräfin Emma realisieren lassen.

Hinter der Lobby des Hotels befindet sich die historische Kuppelhalle, durch die man direkt in den großzügigen Hotelgarten gelangt. Während die elegante Halle mit Kamin, Marmorsäulen und Aussicht auf den See ein besonderer Ort für extravagante Veranstaltungen ist, eignet sich der liebevoll angelegte Garten besonders für Empfänge, Barbecues oder Rahmenprogramme.

Die zentrumsnahe Lage, eine gute Verkehrsanbindung und 120 Parkplätze direkt am Hotel sowie weitere 20 Tiefgaragenstellplätze ermöglichen zudem eine unkomplizierte Anreise. Nicht unbeachtet bleiben sollte auch der 1.200 Quadratmeter große Wellness- und Spabereich, der mit beheiztem Outdoor-Pool, Whirlpool, verschiedenen Saunen und Dampfbädern sowie einer Schneegrotte einiges zu bieten hat.

Egal ob Meeting, Tagung, Event, Incentive oder Ausstellung: Ein erfahrenes Team, exzellente Kulinarik und flexible Möglichkeiten der Raumgestaltung liefern beste Voraussetzungen für unterschiedlichste Veranstaltungen.

Seit Juni 2019 gehört auch das ehemalige Swissôtel Bremen zu Dorint. Neben dem

li.: Das CCB (re.), in dem sich auch 16 Veranstaltungsräume des Maritim Hotels befinden, schließt direkt an die Messehallen an. Foto: Jan Rathke

Mi.: Die goldenen Säle des Atlantic Grand Hotels versprühen einen traditionellen Charme. Fotos: Atlantic Hotel

re.: Das walförmige Dauerausstellungsgebäude des Universum ist mit 40.000 Edelstahlschindeln bedeckt und erinnert optisch an einen Wal oder eine Muschel. Foto: Universum

Parkhotel und dem Essential by Dorint ist das Dorint City Hotel nun das dritte Haus der Gruppe in Bremen. Zentral zwischen Messe und Altstadt gelegen, verfügt es über einen der größten Veranstaltungsbereiche der Stadt. Auf 1.200 Quadratmetern befinden sich acht Tagungsräume sowie zwei Foyers in unterschiedlichen Größenordnungen. Bodentiefe Fensterfronten sorgen für viel Tageslicht, eine moderne technische Ausstattung und kombinierbare Räume für Flexibilität.

Das Hotel Essential by Dorint mit 146 Zimmern ergänzt das Angebot an Veranstaltungsmöglichkeiten im 3-Sterne-Segment. In verkehrsgünstiger Lage zur A 1 und A 27, nur 9 Kilometer vom Flughafen entfernt, bietet es im grünen Stadtteil Vahr acht stilvolle Tagungsräume mit Platz für 340 Personen.

Atlantic Hotels Bremen

Mit insgesamt 15 Häusern sind die Atlantic Hotels bereits in Deutschland



und Österreich vertreten. Darunter befinden sich auch verschiedene Ableger, wie die Marke Severin*s auf Sylt und im österreichischen Lech sowie das Hotel Kieler Yacht Club in Kiel. Als eine der ersten deutschen Hotelgruppen wurde Atlantic dank konsequentem Qualitätsmanagement erfolgreich nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Neben einem schicken Design bestechen die Hotels nicht nur durch eine hochwertige Ausstattung, auch in puncto Nachhaltigkeit setzen sie ein Statement.

So wird in jedem der Häuser großer Wert auf regionale Produkte und die Reduktion von Lebensmittelabfällen gelegt. Auch auf den Fortbestand der Bienenvölker wird geachtet, daher lassen sich an unterschiedlichen Atlantic Hotels auch Bienenstöcke beobachten. Über den hauseigenen Honig dürfen sich die Gäste übrigens beim Frühstück freuen. Weiterhin werden seit 2018 an den ersten Häusern Tanksäulen für E-Autos installiert, die bis Ende 2020 zum Standardrepertoire der gesamten Gruppe gehören sollen.

Mit fünf Hotels und rund 800 Zimmern ist Atlantic der größte private Hotelanbieter in Bremen. Neben dem Atlantic Hotel am Airport, an der Galopprennbahn, am Universum und in Vegesack fungiert auch das Atlantic Grand Hotel Bremen als Tagungshotel.

Letzteres ist durch die zentrale Lage in der Altstadt Bremens idealer Treff- und Ausgangspunkt für Business- und Städtereisende. Ergänzend zu den bereits beste-

henden 138 Zimmern wurde im Mai 2018 ein Erweiterungsbau mit 96 Zimmern und Suiten sowie einem neuen Fitnessbereich eröffnet.

Neun klimatisierte Veranstaltungsräume für bis zu 500 Personen verfügen über Tageslicht und sind multifunktional einsetzbar. Ein besonderes Ambiente bieten die Goldenen Säle. Hin zur bekannten Böttcherstraße dienten sie schon in den 1920er-Jahren als Veranstaltungsort für Bälle und Feste. Stilmäßig restauriert, begeistern sie heute durch ihren traditionellen Charme und eine moderne und edle Einrichtung. Zum Hotel gehört weiterhin das Weinkontor & Café unter den Backstein-Arkaden der Böttcherstraße. In uriger Atmosphäre können hier die besten Weine der Welt sowie Kaffee- und Teespezialitäten aus Bremen gekostet und gekauft werden.

Der hauseigene Weinkeller sowie die Roof Lounge inklusive Dachterrasse mit Blick über die Bremer Altstadt und die Weser sind ebenfalls beliebte Locations für ungezwungene Events. Von November bis Februar wird zudem eine Almhütte im Hofgarten des Hotels aufgestellt, die sich ideal für Firmenfeiern bespielen lässt.

Egal ob ausgelassenes Fest oder inspirierende Arbeitsatmosphäre – mit ihrem eigens entwickelten Konzept „SMART tagen“ ist darüber hinaus eine maßgeschneiderte Planung möglich, die genau auf die Bedürfnisse der Kunden eingeht.

INTERESSANTE EVENTLOCATIONS IN BREMEN

Universum

Das Universum bietet durch seine futuristische Architektur schon von außen einen einmaligen Anblick. Wie ein großer silberner Wal liegt das Gebäude am Rand des Stadtwaldes inmitten eines kleinen Sees. Im runden Bauch beginnt eine Entdeckungstour durch die Welt der Wissenschaft. Besucher haben hier die Möglichkeit, die drei Themenbereiche Technik, Mensch und Natur mit allen Sinnen zu erkunden.

Egal ob zwischen Ausstellungstücken oder in einem der Veranstaltungsräume gefeiert wird – das Science Center ist ein außergewöhnlicher Ort für vielseitige Events. Auf vier Etagen ist eine Bestuhlung für insgesamt 600 Personen möglich. Kleinere Workshops, Tagungen und Teamevents bis etwa 30 Personen können im Technikstudio sowie im Forscheratelier realisiert werden. Des Weiteren steht der „Universaal“ für maximal 80 Personen zur Verfügung. Wer ein ausgefallenes Rahmenprogramm wünscht, hat die Auswahl zwischen verschiedenen interaktiven Erlebnissen: Die Science Show, ein Dinner im Dunkeln oder ein Barbecue unterm Sternenhimmel machen das Universum individuell erlebbar. Ein beliebtes Incentive für MICE-Gruppen ist auch ein exklusiver Rundgang durch die Ausstellung.



Das moderne Sonderausstellungsgebäude, welches durch einen gläsernen Gang mit dem Wal verbunden ist, kann ebenfalls für Veranstaltungen angemietet werden. Im Foyer und im Restaurant KUBUS finden jeweils 150 Personen Platz. Ob Diskussionsrunde oder Produktpräsentation: Die halbkreisförmige Denkkarena mit ausgeklügelter Theater- und Lichttechnik kann auf ganz unterschiedliche Weise gestaltet werden. Auch der 5.000 Quadratmeter große Außenbereich bietet zahlreiche Veranstaltungsmöglichkeiten und wartet darauf, entdeckt zu werden.

Metropol Theater

Ende der 1990er-Jahre wurde das zentral liegende Metropol Theater in Bremen eröffnet. Damals noch als Musicaltheater bekannt, bedient es heute Shows aller Genres. Durch die gläserne Fassade gelangen die Besucher in das offen gestaltete Foyer, das sich über drei Etagen erstreckt. Zeitlose Betonwände und ein klassisch roter Teppichbelag sorgen für ein stilvolles Ambiente.

Das Auditorium bildet das Herzstück des Theaters. Insgesamt 1.450 Sitze in Theaterbestuhlung erlauben einen optimalen Blick auf die 550 Quadratmeter große Bühne. Eine umfangreiche technische Ausstattung und der 24 Meter hohe Bühnenturm sorgen dafür, dass auch außergewöhnliche Inszenierungen umgesetzt werden können. Neben der Hauptbühne gehören zwei je 100 Quadratmeter große Probebühnen, ein Tanzsaal mit Spiegelwand sowie drei Veranstaltungsbüros und insgesamt

12 Künstlergarderoben zur Ausstattung des Theaters.

Das Foyer, der Theatersaal und der 188 Quadratmeter große Eventraum Mayfair lassen sich flexibel für private wie auch geschäftliche Anlässe gestalten. Mit einer Restaurantküche, zwei mobilen Tresen und drei fest installierten Barbereichen ist das Theater zudem gastronomisch bestens aufgestellt. In der im Erdgeschoss gelegenen Henry's Bar kann mit bis zu 60 Personen in gemüthlicher Atmosphäre gefeiert werden. Ein Zugang ist sowohl vom Theater wie auch von außen möglich.

Den Besuchern stehen 370 Parkplätze im anliegenden Parkhaus und vier Busparkplätze vor dem Theater zur Verfügung.

Bremer Ratskeller

Über 600 Jahre Geschichte und Tradition schreibt der Bremer Ratskeller nun schon. Wer die Stufen hinab in das UNESCO-Weltkulturerbe schreitet, taucht in eine andere Welt ein. Im Herzen der Stadt befindet sich das historische Gewölbe, in dem sich heute moderne Gastronomie mit rustikalem Ambiente zu einer einzigartigen Eventlocation vereint. Riesige Schmuckfässer und massive Möbel verleihen den alten Gemäuern Gemütlichkeit und ein uriges Flair.

Für intime Meetings eignen sich vor allem die sogenannten Priölken. Die sechs teils holzvertäfelten oder mit Wandbildern versehenen Separees sind 1599 entstanden und wurden ursprünglich von Kaufleuten und Reedern genutzt, um Geschäfte abzuschließen. Für größte-

li.: Das Amphitheater-ähnliche Auditorium ist das Herzstück des Metropol Theaters.

Mi.: Das dreistöckige Foyer des Metropol Theaters kann auch für MICE-Zwecke bespielt werden. Fotos: Metropol Theater

re.: Blick in den gemütlichen Bacchuskeller des Bremer Ratskellers. Foto: Bremer Ratskeller

re Veranstaltungen ist entweder die am Eingang befindliche historische Halle oder der für 250 Personen ausgelegte Bacchuskeller ideal.

Neben weiteren kleineren Veranstaltungsräumen besticht vor allem das Senats- und Kaiserzimmer, in das schon Kaiser Wilhelm II. einmal im Jahr zum Kaiserfrühstück einkehrte. Ein Rokoko-Ofen, die älteste Skulptur der Bremer Stadtmusikanten und ein aus dem Jahre 1875 stammendes Gemälde des berühmten Malers Arthur Fitger zieren die Räume und sorgen für ein extravagantes Ambiente.

Alexander von Humboldt Hotel & Eventschiff

Die Bark mit den grünen Segeln ist vielen wahrscheinlich noch aus der Becks-Werbung bekannt. Damals auf wilder See, hat das Schiff seit 2015 als Hotel und Eventlocation in Bremen seinen dauerhaften Heimathafen gefunden. Am Weserufer direkt an der Flaniermeile „Schlachte“ gelegen, bietet die Alexander von Humboldt neben 14 Kabinen mit 38 Betten auch einen Tagungsraum für 15 Personen. Veranstaltungen an Bord

sind je nach Jahreszeit entweder auf oder unter Deck möglich.

Enercon Gebäude

Auf der anderen Weserseite, gegenüber der Alexander von Humboldt, liegt das Enercon Gebäude. Schon von außen ein architektonischer Hingucker, können auch die Veranstaltungsräume auf der obersten Etage mit ihren bodentiefen Fenstern ebenso wie die riesige Dachterrasse mit Blick über die Hansestadt überzeugen.

Die Überseestadt Bremen

Auf einem Areal von 300 Hektar erstreckt sich die Überseestadt als Hafen-Revitalisierungsprojekt im Westen Bremens. Neu entstandene moderne Wohnblocks mischen sich hier mit alten Hafenspei-

Einrichtungen mit Freizeitangeboten sowie Büro- und Gewerbeflächen ange-dacht.

Wie auch in der restlichen Überseestadt sollen eine anspruchsvolle Architektur und ein nachhaltiger Mobilitäts- und Energieplan das Viertel prägen. Viele Grünflächen gehören ebenso zum Konzept wie eine gemischte Nutzungsstruktur.

Noch dieses Jahr soll dazu in die ehemaligen Silotürme der Kellogg-Fabrik ein Hotel mit etwa 120 Zimmern einziehen. In den angrenzenden Bürolofts finden Start-ups ebenso wie etablierte Unternehmen ihr neues Zuhause. Hinzu kommen Gastronomie-, Handels- und Eventflächen im ehemaligen Reislager. Pop-up-Flächen für kleinere Firmenevents und

die Überseestadt und die stilvolle Einrichtung machen jedes Galadinner oder Business-Event zu einem außergewöhnlichen Erlebnis. Zur Auswahl stehen Plannern der Club, das Kaminzimmer und das Eventloft, die flexibel kombiniert und den eigenen Wünschen entsprechend gestaltet werden können.

Schuppen 1

Nur wenige hundert Meter vom Hudson entfernt befindet sich der Schuppen 1, eine unkonventionelle Location, die vor allem die Herzen aller Automobilliebhaber höherschlagen lassen dürfte. Im Zentrum für Automobilkultur und Mobilität kann auf einer Fläche von 100 bis 2.000 Quadratmetern mit bis zu 1.200 Personen zwischen Oldtimern gefeiert werden. Im industriellen Ambiente lassen sich unter anderem Tagungen, Incentives sowie Hausmessen und Team-buildings realisieren. Der ehemalige Kaischuppen steckt voller Geschichte und Emotionen.

Lloyd Caffee GmbH

Ein Stück weiter entlang der Weser, über alte Bahnschienen und Pflastersteine hinweg, dominiert im Bremer Holzhafen der herrliche Duft der privaten Kaffeerösterei Lloyd Caffee GmbH. Angekommen im nostalgischen Rösterei-Laden, kann man beobachten, wie die Kaffeebohnen hier noch von Hand geröstet werden. Als spannendes Incentive eignet sich das hauseigene 90- bis 120-minütige Kaffeese-minar, das die Reise des Kaffees von der Kaffeepflanze bis in die Tasse erzählt. Das Seminar startet im unter Denkmalschutz stehenden Marmorsaal der ehemaligen Kaffeerösterei von Kaffee HAG – der übrigens auch exklusiv für eigene Veranstaltungen gemietet werden kann. Im Rahmen des Seminars können die Teilnehmer sich anschließend auf einen unterhalt-samen Vortrag im Laden freuen, der mit einer Kaffeeverkostung abschließt.

Bremen überrascht durch Weltoffenheit, Aufgeschlossenheit und als Standort weltbekannter Marken. Über 600 Jahre Weltkultur treffen hier auf Innovationsgeist und exzellente Forschung. Als Großstadt mit kurzen Wegen bietet die Hansestadt auch für die MICE-Branche beste Voraussetzungen. Hinzu kommt die gute Synergie zum freizeittouristischen Angebot sowie eine große Auswahl an Locations für alle Veranstaltungsrubriken und Größenklassen.



chern und einer vielseitigen gastronomischen Landschaft zu einem neuen Ortsteil. Seit den 2000er-Jahren verzeichnen sie eine ständige Entwicklung und stetiges Wachstum. Nur knapp 2 Kilometer trennen das Hafenrevier von der Innenstadt. Über die Promenade „Schlachte“ entlang der Weser kann die Überseestadt ebenso gut erreicht werden wie mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder mit dem Auto über die Autobahnen A 27 und A 281.

Zur Überseestadt gehört auch die Überseeinsel, ein 15 Hektar großer Bereich, auf dem bisher noch das ehemalige Kellogg-Werk steht. Zukünftig soll hier ein neues lebendiges, sicheres, gesundes und ökologisches Quartier entstehen. Zwischen Europahafen und Weser sind dort neben unterschiedlichen Wohnmodellen auch Schulen und Kitas,

kulturelle Angebote komplettieren die Überseeinsel als modernen und abwechslungsreichen Wohlfühlort.

SPANNENDE LOCATIONS IN DER ÜBERSEESTADT

Hudson Eventloft

Neben dem Kellogg-Gelände hat die Überseestadt auch eine Vielzahl spannender Locations zu bieten. Dazu gehört unter anderem das Hudson Eventloft im nostalgischen Speicher 1. Mit dem Aufzug geht es in das oberste Stockwerk des Speichers, wo sich drei unterschiedliche Räumlichkeiten im modernen und zeitlosen Design befinden. Der industrielle Charme des Speichers, der Ausblick über

Die IBTM World 2019 :

Interessante Programme für Einsteiger wie auch Experten

Es ist wieder so weit: Vom 19. bis 21. November findet die IBTM World in der Fira Gran Via in Barcelona statt. In der 32. Ausgabe der etablierten B2B-Fachmesse für die MICE-Branche werden unter anderem ein neues Programm für Corporate Buyers und ein Event für Jungunternehmer gestartet.



FACHBESUCHER HABEN DIE Möglichkeit, sich über die neuesten Produkte und Dienstleistungen der Tagungs- und Veranstaltungsbranche zu informieren, sich weiterzubilden und zu netzwerken. Seit 32 Jahren inspiriert die ITBM World die Veranstaltungswelt in puncto Planung außergewöhnlicher Erlebnisse und liefert die dazu benötigten Geschäftsbeziehungen und Inhalte.

Neue Programme und alte Bekannte

Das neue Corporate-Buyers-Programm ist exklusiv für C-Suite und Senior-Industry-Planer bestimmt. Es bietet Vorteile wie beispielsweise eine exklusive eintägige Konferenz, die von Experten zu spezifischen Themen der Unternehmensplanung geführt wird. Des Weiteren besteht die Möglichkeit, sich in intemem Rahmen untereinander zu vernetzen und auf Wunsch Termine mit Ausstellern zu buchen.

Wiederkehren wird das IBTM World's Association Program, das am zweiten Tag der IBTM in Zusammenarbeit mit der AAE (Association of Association Executives) stattfinden wird. Das maßgeschneiderte Programm für Verbände besteht aus acht Wissenssitzungen, die den Organisatoren von Ver-

bandsveranstaltungen Einblicke in und Kenntnisse über interessante Themen und die wichtigsten Herausforderungen vermitteln.

Business-Accelerator-Event wird gelauncht

Im Rahmen der IBTM World wird es dieses Jahr erstmalig ein Investitions- und Mentoringprogramm für Jungunternehmer geben. Es bietet Menschen mit einer für die Veranstaltungsbranche relevanten Idee, einem Produkt oder einer Dienstleistung, die Möglichkeit einer intensiven Förderung. Das Programm besteht aus Workshops, Webinaren und Einzelsitzungen mit einem Team aus Branchenexperten. Um ihre Idee verwirklichen zu können oder ihr bestehendes Geschäft auszubauen, werben die Jungunternehmer anschließend in einem Live-Pitch um die Finanzierung potenzieller Investoren.

Das Ganze wird in dem brandneuen „IBTM Accelerate“-Bereich stattfinden, der sich im Herzen des Show Floors befindet. Diese immersive Zone präsentiert die MICE-Zukunft in Form von innovativen Ideen und Veranstaltungstechnologien sowie inspirierenden Kurzvorträgen und interaktiven Diskussionen. Hier können

o. li.: Vom 19. bis 21. November findet die IBTM World in der Fira Gran Via in Barcelona statt.

o. re.: Auf der IBTM World werden dieses Jahr unter anderem ein neues Programm für Corporate Buyers und ein Event für Jungunternehmer gelauncht. Fotos: IBTM World

junge Talente von erfolgreichen MICE-Unternehmern lernen und Ideen mit Kollegen austauschen. Zudem dient der Accelerate-Bereich als Verleihungsort der IBTM World Tech Watch Awards und findet Unterstützung durch das Barcelona Convention Bureau, die Max-Planck-Gesellschaft, die Influencer Community World of MICE, den deutschen Messeveranstalter Reed Exhibitions, die La Salle Ramon Llull University, die CETT-UB, die Kreativagentur Eight PR & Marketing und Reed Exhibitions UK.

Nach der sehr erfolgreichen Ausgabe im letzten Jahr – bei der innerhalb von drei Tagen mehr als 77.650 vorab geplante Meetings stattfanden – werden zur IBTM World 2019 neben rund 2.800 Ausstellern aus über 150 Ländern auch über 3.500 Einkäufer und Tausende von Besuchern erwartet. (mk)

Kreativ-Metropole Frankfurt am Main: mehr als nur Banken und Börse

Frankfurt ist bekannt für seine Skyline, Bankentower und die Börse. Dass die hessische Metropole auch eine bunte, kreative Seite hat, wissen jedoch nur wenige.



In ganz Hessen sind mehr als 79.000 Menschen in der Kultur- und Kreativwirtschaft tätig. Davon allein 29.400 in Frankfurt. Im Bereich der Werbung und Kommunikation sind hier internationale große Netzwerkagenturen vertreten und die hohe Dichte an Spieleentwicklern und Publishern sucht deutschlandweit ihresgleichen. Das äußert sich nicht nur in vielfältigen Messen für kreative Köpfe, auch das Angebot von Veranstaltungsorten und Rahmenprogrammen wird immer origineller.

Einzigartige Veranstaltungsflächen

Auf einer Fläche von 360 m² bietet **Out of Office** im Herzen Frankfurts Platz für 8 bis 100 Personen. Das Loft mit seiner angeschlossenen Dachterrasse eignet sich für Seminare, Workshops, Fotoshootings und Veranstaltungen aller Art. Auf der Terrasse steht ein Grill für ausgelassene Barbues über den Dächern der Stadt zur Verfügung und eine Küche lädt zum Kochen ein.

Im Frankfurter Ostend vereint das Kunstzentrum **Atelierfrankfurt** neben rund 140 Ateliern auf sechs Stockwerken vielseitig nutzbare Veranstaltungsflächen unter einem Dach. Mit 11.000 Quadratmetern ist es eines der größten Kunstquartiere Deutschlands und

bietet 220 Künstlern Raum für Kreativität. Diese geben Veranstaltungsgästen im Rahmen von Kongressen, Workshops oder anderen Events bei individuellen Führungen und Ausstellungen exklusive Einblicke in ihre Arbeit.

Zur Gründerzeit noch ein Pferdestall, ist das **Loft 60/325** heute eine moderne Location in ruhiger, zentraler Lage. Es dient in erster Linie als Studio für Foto- und Filmproduktionen, stellt seine Räumlichkeiten und umfassendes Equipment aber auch für Workshops, Seminare und kleinere Veranstaltungen zur Verfügung.

In unmittelbarer Nähe der neuen Altstadt bietet der **Frankfurter Kunstverein** Veranstaltungsflächen für bis zu 250 Personen in musealer Atmosphäre. Die Ausstellungsräume eignen sich sowohl für private als auch gesellschaftliche Anlässe und stehen für Foto- und Filmaufnahmen zur Verfügung.

Originelle Rahmenprogramme

Unter der Anleitung eines Künstlers lassen die Teilnehmer der **Painting Party** ihrer Kreativität freien Lauf. In zwei Stunden wird ein vorher festgelegtes Motiv mit Farbe und Pinsel auf eine Leinwand gebracht. Die

Kunstwerke dürfen im Anschluss mit nach Hause genommen werden.

Kreativ wird es auch mit den erfahrenen Schauspielern des **Galli Theaters**. Sie erarbeiten maßgeschneiderte Stücke für Firmenevents. Alternativ fassen die Darsteller in Form eines Feedbacktheaters Veranstaltungen schauspielerisch zusammen und kreieren mit den Teilnehmern vor Ort eigene Stücke und Rollenspiele.

In seinem eigenen Studio in Hofheim und im Rahmen von Veranstaltungen lehrt der Street Artist Helge „Bomber“ Steinmann bei **Graffiti Workshops** den Umgang mit der Farbspraydose. Als Showelement schafft er auch Live-Paintings in unterschiedlichen Stilen.

Mehr Informationen gibt es beim **Frankfurt Convention Bureau** online unter www.meetfrankfurt.de oder telefonisch unter 069/21 23 87 03.


Tourismus+Congress GmbH
 Frankfurt am Main
 Frankfurt Convention Bureau

Zukunftsorientiert tagen im Herzen von Berlin:

Die NH Hotel Group im stetigen Wandel

Seit über 40 Jahren steht die NH Hotel Group für Wachstum und unermüdliches Engagement. So führte das Unternehmen beispielsweise 2010 mit Eco Meetings ein Konzept im MICE-Segment ein, das besonderen Wert auf Nachhaltigkeit legt. Voraussetzung bei der Organisation von Veranstaltungen, Tagungen und Kongressen ist dabei der umweltschonende Umgang mit Energieressourcen und der Einsatz fair gehandelter Produkte.



NH IST ZUDEM Vorreiter in Sachen innovativer Technologie. Wer sich von Mitbewerbern abheben möchte, kann in ausgewählten Hotels der Gruppe die sogenannte 3-D-Hologramm-Telepräsenztechnologie bei Meetings und Events einsetzen. Durch sie können Produktpräsentationen in Szene gesetzt oder Speaker bei Konferenzen als lebensechte holografische 3-D-Projektion dargestellt werden, ohne tatsächlich anwesend zu sein.

Weltweit befinden sich mehr als 350 Häuser unter dem Dach der NH Hotel Group. Egal ob Berlin, Barcelona, London oder Amsterdam: Die zentral gelegenen Hotels sind leicht zu erreichen und dadurch auch besonders interessant für die MICE-Branche.

Auch die 2014 eingeführte Premiummarke NH Collection richtet sich an anspruchsvolle Geschäfts- und Städtereisende, die Produkte und Services von höchster Qualität sowie ein unvergessliches Hotellebnis erwarten. Brilliant Basics, wie speziell angefertigte Hightech-Komfortmatratzen, Regenduschen und „Black Mambo“-Föhne, gehören zur Grundausstattung der Collection Hotels und machen den Aufenthalt besonders komfortabel.

Im NH Collection Berlin Mitte Friedrichstraße wird auf 8 Etagen gespeist, getagt, geschlafen und entspannt. Alle 249 Zimmer und 19 Suiten haben im Zuge der Umstrukturierung vom NH Hotel zum NH Collection ein Upgrade erhalten und verfügen unter an-

derem über Marmorbäder, LED-Fernseher und ein modernes und stilvolles Ambiente. Bekannte Sehenswürdigkeiten wie das Brandenburger Tor oder der Reichstag befinden sich in direkter Umgebung und sind fußläufig erreichbar. Durch die direkte Anbindung des Hotels an die S- und U-Bahnen können alle Stadtteile und Ziele in der Stadt schnell und bequem erreicht werden. Zur Entspannung stehen den Gästen kostenlos eine Sauna, ein Dampfbad sowie ein Fitnesscenter zur Verfügung.

Hightech made easy: Neun moderne, klimatisierte und tageslichtdurchflutete Veranstaltungsräume – davon viele mit direktem Blick auf die Friedrichstraße – und eine exklusive Glashalle bieten Platz für 6 bis zu 500 Personen. Durch die großzügigen und flexiblen Räume, das hausinterne Catering und die modernste technologische Ausstattung können kleine Events wie auch Großveranstaltungen speziell auf die Wünsche und Bedürfnisse der Planer zugeschnitten werden.

Nur unweit vom NH Collection Berlin Mitte Friedrichstraße befindet sich das NH Collection Berlin Mitte am Checkpoint Charlie, das in insgesamt 15 Veranstaltungsräumen Platz für bis zu 240 Personen bereithält. Ein wahres Highlight ist der 230 Quadratmeter große Automobil-Präsentationsraum.

Mit nur wenigen Klicks zur Veranstaltung: Mit dem M&E Instant Booking Tool können die Anzahl der Teilnehmer, das Datum, das Hotel, das Set-up und die

li.: Durch das moderne Foyer des NH Collection Berlin Mitte Friedrichstraße gelangen Tagungsgäste zu den Konferenzräumen.

Mi.: Der Tagungsraum Buenos Aires im NH Collection Berlin Mitte Friedrichstraße bietet einen direkten Blick auf die Friedrichstraße.

re.: Von der Junior Suite überblickt man den Bahnhof Berlin-Friedrichstraße, die ehemalige Grenzübergangsstelle, welche heute noch als „Tränenpalast“ bekannt ist. Fotos: NH Hotels

Tempting Break bestimmt und flexibel rund um die Uhr online gebucht werden. Um die Teilnehmer bestmöglich über Event, Hotel und Umgebung zu informieren, gibt es zudem die Möglichkeit, eine eigene Event-Website mithilfe eines der digitalen Tools von NH zu erstellen.

Da gerade für Geschäftsreisende eine selbstbestimmte und unabhängige Art zu reisen immer wichtiger wird, hat NH eine App entwickelt, die einen Self-Check-in und -Check-out ermöglicht. Das erspart dem Gast nicht nur Zeit, er kann sein Wunschzimmer auch direkt vom Smartphone aus bestimmen.

Die NH Collection Hotels sind innovativ, bieten einen hohen Komfort und ein individuelles Serviceangebot. Die Erwartungen jedes Gastes sollen bei Weitem übertroffen werden – und das spürt man. Nicht umsonst heißt es hier: Feel the extraordinary. (mk)

Italien – business made beautiful

20 Regionen, 55 UNESCO Welterbestätten, 25 Nationalparks – und unbegrenzte Möglichkeiten! Italien lebt seine „La Dolce Vita“-Philosophie vom süßen Leben nicht nur im Rahmen der vielseitigen landschaftlichen und kulinarischen Leckerbissen, sondern zieht auch in Sachen Meetings, Incentivereisen, Kongresse und Events wie ein Ferrari an anderen Ländern vorbei.



Matera, Basilikata. Foto: [bluejayphoto] / iStock / via Getty Images



Mailand. Foto: [Job Pagaduan] / iStock / via Getty Images

NICHT UMSONST ZÄHLT Italien zu den Top 10 MICE-Destinationen mit Rang 6 im internationalen ICCA-Ranking. Mehr als 30 Flughäfen, die von diversen Fluggesellschaften aus mitteleuropäischen Metropolen innerhalb weniger Flugstunden direkt angefliegen werden, decken jede Ecke Italiens ab und sorgen für beste Erreichbarkeit. Weltbekannte Sehenswürdigkeiten, spektakuläre Landschaften und eine vielfältige Küche können auf unterschiedlichste Weise in Rahmenprogramme eingebunden werden und runden das MICE-Angebot der Destination Italien ab.

Bei 8.000 Kilometern Küste gibt es zahlreiche Möglichkeiten für Veranstal-

tungen mit Blick aufs Meer. Dem milden Klima sei Dank, können Empfänge und Galadinner häufig unter freiem Himmel organisiert werden – und falls doch ein Dach über dem Kopf nötig ist, punktet Italien mit weiteren außergewöhnlichen Eventlocations: Antike Paläste, Weingüter, authentische Landhäuser, Schlösser, ehemalige Klöster und Schmuckstücke mit avantgardistischer Architektur sind nur ein kleiner Auszug aus dem Eventambiente, das das Land zu bieten hat.

Pizza, Pasta und Eis beim kulinarischen Teambuildingevent selbst herstellen? Auf der Vespa im Rahmen einer Rallye mit den Teilnehmern historische Städte oder per Fahrrad die berühmte Römerstraße Via Appia erkunden? Die Teamentwicklung auf dem Wasser bei einem Segeltörn testen, während die Schönheit der Natur vorbeizieht? Incentives in Italien sind vor allem aktiv und werden schnell zum Abenteuer. Teilnehmer, die gerne ihre Grenzen austesten, sind in den Bergen bestens aufgehoben: Bei einer Trekking-Tour durch die Dolomiten darf das Business-Outfit gegen festes Schuhwerk, bei einer winterlichen Abfahrt den Etna hinunter gegen die Skihose getauscht werden. Echte italienische Markentreue kann indes in der Emilia Romagna, der Geburtsstätte der italienischen Motorenindustrie, unter Beweis gestellt werden: Das Motor Valley in

Bologna ist nicht nur Zuhause von luxuriösen Lamborghini- und Ducati-Modellen, sondern bietet zudem vier Rennstrecken, sechs Trainingscenter, sieben Manufakturen, elf Museen und 19 imposante Ausstellungen, bei denen Fans des Autosports auf ihre Kosten kommen. Im Anschluss tauschen Teilnehmer das Lenkrad gegen edle Tropfen ein, zu deren Verkostung die traditionsreichen Weinkellereien auf den zahlreichen Weinstraßen Italiens einladen. Kult-Status genießen die Anbaugebiete Langhe-Roero und Monferrato im Piemont, die 2014 zum UNESCO-Weltkulturerbe ernannt wurden. Doch auch die Erkundung Apuliens, der Prosecco-Straße in Venetien, der Bardolino-Straße am Gardasee oder der Strada del Vino Nobile di Montepulciano in der Toskana sichern den perfekten Ausklang eines Incentivetages.

Die Palette an Unterkünften in Italien lässt keine Wünsche offen: Von charmannten Alpenchalets über weitläufige alberghi diffusi, bei denen Teilnehmer ins Dorfleben historischer Örtchen integriert werden, über eindrucksvolle Landsitze wie die Masserie mit ihren Olivenhainen bis hin zu trendigen City-Hotels mit jeglichem Komfort – das Angebot ist breit gefächert und erlaubt je nach Gruppengröße eine entsprechende Auswahl.



Brescia – Mille Miglia. Foto: Michele Rossetti

www.italia.it



Das Axica Konferenzzentrum beeindruckt ab dem ersten Moment. Fotos: MICE Club



Bernhard von Mutius bei seiner Rede über das Disruptive Thinking.

Zu Besuch beim MICE Club Live in Berlin | von Mali Karbach

Dieses Jahr hat es den MICE Club vom 16. bis 18. Juni nach Berlin verschlagen. In großartigen Locations wie dem Kongress- und Tagungszentrum Axica direkt am Brandenburger Tor oder dem Osthafen im pulsierenden Friedrichshain erlebten die Teilnehmer zweieinhalb Tage lang innovative Sessions, informative Vorträge und jede Menge neue Impulse. Nebenbei blieb für die insgesamt knapp 100 Top-Dienstleister und qualifizierten Eventplaner genügend Raum zum Netzwerken.

Berlin – the place to be

Berlin ist die Kongresshauptstadt Nr. 1 in Deutschland. Laut dem visitBerlin Convention Office fanden hier 2018 insgesamt 143.390 Veranstaltungen mit rund 11,9 Millionen Teilnehmern statt. Rund ein Viertel aller Hotelübernachtungen in Berlin sind dem MICE-Markt zuzuschreiben. Mehr als 360 außergewöhnliche Locations machen die Hauptstadt als Tagungs- und Kongress-Standort so attraktiv. Egal ob intimes Fest oder XXL-Großevent – die Möglichkeiten sind schier grenzenlos.

Kein Wunder also, dass sich auch Veranstalter Dominik Deubner dieses Jahr für die aufregende Metropole an der Spree als Austragungsort für den MICE Club Live entschieden hat. Seit 2013 existiert die Veranstaltung nun schon und findet jährlich in verschiedenen Städten Deutschlands statt. Die Idee dahinter ist zum einen, klassische Messe- und Eventformate zu revolutionieren, zum anderen, inspirierende Mehrwerte, interaktives Involvement sowie differenzierte Inhalte zu liefern – immer mit dem Ziel, den Austausch in der MICE- und Event-Community und einen konkreten Return on Investment zu fördern.

Startschuss für die sechste Ausgabe des MICE Club Live

Die sechste Ausgabe des MICE Club Live stand unter dem Motto „Zusammenarbeit im Spannungsfeld Kunde-Agentur-Anbieter“. Zum ersten Mal wurde ein ko-kreativer Ansatz verfolgt, der ein Community-Event von Mitgliedern für Mitglieder ermöglichte. Durch das hohe Engagement zahlreicher Beteiligter als freiwillige Helfer wurde eine familiäre Atmosphäre geschaffen und ein spannendes Veranstaltungsdesign entwickelt, das die Interessenschwerpunkte aller Teilnehmer berücksichtigte.

Dabei entstanden Module wie ‚Selbsthilfegruppen‘, ‚Kollegiale Fallberatung‘, ‚Pitch Escape Room‘ und ‚Best-/Worst-Practice-Museum‘, die von den Ko-Kreatoren vorab initiiert und vor Ort moderiert wurden.

Nach einem interaktiven Kennenlernabend in der a.lounge des Vienna House Andel's Berlin fiel der offizielle Startschuss des diesjährigen MICE Clubs am Montagmorgen im Kongress- und Tagungszentrum Axica. Sicher ist: Wer zum ersten Mal das Haus der DZ Bank betritt, wird von der architektonischen Meister-

leistung des Star-Architekten Frank O. Gehry fasziniert sein. Er selbst sagt über sein Werk: „The best thing I've ever done!“

Die einmalige organische Form des Plenums ist in der Tat spektakulär und lässt viel Spielraum für Interpretationen. Direkt am Pariser Platz, umgeben von Brandenburger Tor und dem traditionsreichen Hotel Adlon, befindet sich das Tagungszentrum zudem in bester Lage. Insgesamt vier Haupträume und vier Zusatzräume können in der Axica bespielt werden. Von der Akkreditierung bis hin zur Pressekonferenz bietet jeder Raum die passende Fläche und ein einzigartiges Flair.

Starke Impulse durch inspirierende Speaker

Der Sozialwissenschaftler Dr. Bernhard von Mutius eröffnete das Plenum mit dem ersten Akt seiner dreiteiligen Rede und gab den Teilnehmern Einblicke in seinen Ansatz des „Disruptive Thinking“. In seinen Worten: „Querdenken ohne Geländer. Ich unterscheide die digitale Transformation und die kreative Revolution, die mit Ersterer einhergeht. Disruptive Thinking ist die Kunst und Disziplin dieser Revolution. Es ist die Fähigkeit, Brüche und



Der Osthafen im pulsierenden Friedrichshain diente als Location am zweiten Veranstaltungstag. Zusammenkunft der Teilnehmer im ehemaligen DDR-Juwel Funkhaus Berlin.

Widersprüche produktiv zu machen. Man könnte auch sagen: Es ist die Fähigkeit, sich nichts vorzumachen, Dinge anders und den Menschen wieder Mut zu machen. Mit einem Wort: Es stärkt den Innovationsgeist und die Innovationsqualität.“

Im Anschluss zeigte Impulsgeber Prof. Dr. Lukas Zenk von der Donau-Universität Krems auf seine Art, dass Vorträge nicht immer nach einem bestimmten Schema ablaufen müssen, sondern dass „Angewandte Improvisation“ erfrischend sein und zum Neudenken animieren kann. Der Mitgründer einer Improvisationstheatergruppe bezog die Teilnehmer in sein Mindset für radikale Kooperation und Innovation mit ein und ließ sie das Gehörte praktisch anwenden.

Heiko Bartlog hingegen machte in seinen – zusammen mit Olaf Hinz entwickelten – 7 Thesen deutlich, wie Projektarbeit in Zukunft aussehen sollte. Dazu lieferte er konkrete Ansätze und Ideen, die vor allem die Eventplaner auf den Plan riefen.

In den Workshops am Nachmittag vertieften die drei Redner ihre Themen noch einmal und ließen sie die Teilnehmer in verschiedenen Szenarien anwenden. Zusätzlich gab Marko Thorhauer von IBM iX Einblicke ins „Design Thinking“.

Der ereignisreiche Tag fand seinen Ausklang im Penthouse des denkmalgeschützten Funkhauses Berlin. Ein Stück Berliner Geschichte und Architektur zum Anfassen: Von 1956 bis 1990 war der Rundfunk der DDR hier beheimatet, heute ist der charmante Bauhaus-Komplex vielmehr eine Art Schatztruhe für Produzenten, Regisseure und Musiker.

Tag zwei im „echten“ Berlin

Tag zwei startete im Berliner Osthafen – ein perfekt gewählter Stilbruch zu den Locations am Vortag. Hipper Szene-Charme trifft hier auf eindrucksvollen Industrie-Chic und entspanntes Beachclub-Flair. Wer seine Kunden überraschen und ins unkonventionelle – das nach Geschäftsführer Andreas Grunzky „echte“ – Berlin eintauchen lassen möchte, trifft mit dieser Location für seine Veranstaltung in jedem Fall die richtige Wahl. Direkt an der Spree gelegen zwischen Treptower Park und Ostkreuz, erstreckt sich das ehemalige Hafenkraftwerk auf einer Innenfläche von über 1.100 Quadratmetern und einem Außenareal von 2.000 Quadratmetern. Auf drei Etagen befinden sich vier Veranstaltungsräume verschiedener Größen, die entweder einzeln oder in Kombination gebucht werden können.

Direkt unter dem Dach des Gebäudes liegt mit 288 Quadratmetern der größte Raum. Er bietet für bis zu 300 Personen Platz. Die monumentalen Industriefenster erlauben einen großartigen Blick auf die Spree und die Wasserstatue Molecule Man. Auch der MICE Club hat sich in diesem Raum zusammengefunden, um am zweiten und letzten Tag der Veranstaltung von Oliver Fink, Inhaber der Beratungsboutique Fink Different, wachgerüttelt zu werden. In seinem Vortag „Mit Kopf und Herz, so das Projekt!“ gab er emphatische Einblicke in den komplexen Psychokosmos Eventtreibender.

Weiter ging es mit parallelen Sessions im Festivalcharakter. Ganz im Zeichen

des kollegialen Austauschs konnte die MICE-Club-Community zu verschiedenen Schwerpunktthemen gemeinsam Lösungen erarbeiten und reflektieren. Methodisch angeleitet wurde sie dabei durch die Ko-Hosts aus dem Ko-Kreation-Team.

MICE Club Live goes Green

Nachhaltigkeit wird auch in der MICE-Branche immer wichtiger und ist für viele Planer ein primäres Auswahlkriterium geworden. Mit den Partnern CO2OL und 2bedifferent findet auch der MICE Club Live bereits zum vierten Mal in Folge als Sustainable Event statt. Im Zuge dessen hat das Axica Catering die Teilnehmer dieses Jahr mit dem ersten rein vegetarischen Catering überrascht.

Save the Date

Durch die Wahl ganz unterschiedlicher und spannungsgeladener Locations hat Dominik Deubner es geschafft, die Stadt Berlin in ihrem vollen Facettenreichtum zu präsentieren. Inspirierende Denkanstöße, intentionale Produktvermittlung und intensiver Wissenstransfer machten die zweieinhalb Tage MICE Club Live zu einem ganz besonderen Event. Auch der Termin für nächstes Jahr steht bereits fest: Vom 13. bis 15. September wird der MICE Club Live erstmals in Frankfurt zu Besuch sein, um über die Zukunft der MICE-Branche zu debattieren. Und man darf sich jetzt schon auf eine ganz besondere Location freuen: Das im September 2020 eröffnende neue Lifestyle-Hotel Melia Frankfurt wird Austragungsort des Get-together sein.

Exzellenter Tagungsort :

Heidelberg | von Hans Rodewald

Ruperto Carola, die Universität Heidelberg, ist eine der ersten europäischen Universitäten und die älteste Universität Deutschlands. Seit ihrer Gründung im Jahr 1386 bestimmt sie das Stadtbild und sorgt für internationalen Ruhm. Bundesbildungsministerin Anja Karliczek zeichnete die Uni im Juli zum dritten Mal als Exzellenz-Universität aus, was Heidelberg für Tagungen und Konferenzen noch attraktiver macht. Wir sprachen mit zwei führenden Wissenschaftlern.

SEIT ZWÖLF JAHREN ist Professor Dr. Dr. h.c. Bernhard Eitel Rektor der Universität. Der Geowissenschaftler ist sichtlich erfreut über die Auszeichnung, in der sehr viel harte Arbeit steckt: „Exzellenz-Universität wird man in einem anstrengenden Wettbewerb. Da haben sehr viele Kollegen Tage und Stunden in Projektideen, Konzepte und Erläuterungen investiert“, fasst er die letzten Jahre zusammen.

Die Zusammenarbeit der einzelnen Fachbereiche mit den Einrichtungen und Unternehmen in Heidelberg und in der Rhein-Neckar-Region sieht der Träger des *Ordre des Palmes Académiques* als wichtigste Grundlage für den dauerhaften Erfolg: „Hier in der Stadt und in der Region wird Wissenschaft gelebt. Wissenschaft, Wirtschaft und Bevölkerung sind ganz eng verwoben. Wissenschaft und Heidelberg sind eine Lebensform, die hier in Jahrhunderten organisch gewachsen ist.“

Die Ausstattung, die Infrastruktur und die Kooperationsmöglichkeiten seien beispielhaft. Sie ermöglichen eine Vielfalt der Forschung in ausgeprägter Tiefe. „Wenn wir zentrale Fragen erforschen, dürfen wir uns nicht auf einzelne Wissensfelder beschränken. Komplexe Themen wie Klimawandel oder Menschenwürde erfordern eine intensive wissenschaftliche Diskussion aus unterschiedlichen fachlichen Perspektiven. Dazu benötigt man eine moderne wissenschaftliche Infrastruktur, wie sie in Heidelberg und in der Rhein-Neckar-Region zu finden ist.“

Die lange Tradition und den „Mythos Heidelberg“ spüre man immer wieder, erläutert Eitel. „Heidelberg ist eine starke Marke, ein *place to be*. Alle machen mit und brennen dafür, Heidelberg nach vorne zu bringen. Und man weiß aus der Erfahrung, dass man es schaffen kann.“ Das führe dann dazu, dass die Stadt international so bekannt und beliebt sei. „Wissenschaftler auf der ganzen Welt kennen Humboldt und Heidelberg“, freut sich der gebürtige Karlsruher.



Wo der Neckar den Odenwald verlässt, siedelten bereits die Kelten. Hauptstadt der Kurpfalz wurde Heidelberg im 14. Jahrhundert. Der Pfälzische Erbfolgekrieg 1693 zerstörte das Heidelberger Schloss. Perfekt erhalten sind die Gebäude in der schmucken Altstadt. Alle Fotos: Hans Rodewald, KreativK.de

Dieser Spirit in der Stadt und in der Region zeige sich auch in der Unterstützung zahlreicher Projekte. „Bei uns werden Identifikation und Tradition gelebt und gepflegt. Die guten Beziehungen zu Wirtschaft und Wissenschaft bleiben über Generationen und Kontinente erhalten.“ Traditionell gut sei auch die Unterstützung seitens der Industrie und der Bevölkerung. „Zahlreiche Förderer und viele Privatspenden zeigen uns die enge Verbundenheit mit der Universität und die hohe Identifikation.“

Tradition und Flair Heidelbergs machten die Universitätsstadt so beliebt. Die Region biete darüber hinaus vielfältige Möglichkeiten. „Bei Heidelberg beginnt der Odenwald. In zehn Kilometern ist man mitten in der Natur. 15 Minuten braucht die Bahn nach Mannheim, 53 Minuten zum Frankfurter Flughafen. Die Metropolregion Rhein-Neckar beheimatet erfolgreiche Mittelständler ebenso wie Weltkonzerne wie SAP und BASF. Auch Karlsruhe und Stuttgart sind in etwa einer Stunde erreichbar.“

Am liebsten ist dem Vater zweier Kinder jedoch die Natur. „Natur, Berge und Wald sind meine Welt“, verrät er. Schon als Kind habe er mit seinem Vater leidenschaftlich gern Mineralien gesammelt. Besuchern zeigt er Heidelberg daher gerne bei einem Ausflug mit historischer Perspektive. „Wenn man mit Gästen über den Philosophenweg wandert und dabei die Geschichte der Region und der ehemaligen kurpfälzischen Residenzstadt darstellt, werden viele Entwicklungen auch an der Ruperto Carola nachvollziehbar.“ Vom 13. Jahrhundert bis zum Jahr 1720 war Heidelberg Residenz der Pfalzgrafen bei Rhein und Hauptstadt der Kurpfalz. Ruprecht III. von der Pfalz aus der Dynastie der Wittelsbacher war von 1400 bis 1410 römisch-deutscher König und Kurfürst der Pfalz. „Diese Tradition verpflichtet uns immer wieder zu neuen Höchstleistungen.“

Die Kulturbrauerei Heidelberg befindet sich unweit des Karlsplatzes in der Leyer-gasse der Heidelberger Altstadt. Die Rit-

terhalle mit ausgeprägten Deckenverzierungen, klassischen Kronleuchtern und einer riesigen Wandmalerei bietet 130 Plätze an Tischreihen. Kleinere Säle für 40, 50 und 60 Personen lassen sich für Gruppen reservieren. Der angrenzende Biergarten bietet etwa 200 Plätze. Veranstaltungen mit 500 Personen sind realisierbar.

Für Gruppen werden Führungen durch die Gär- und Lagerkeller der Brauerei angeboten. Die Besichtigung kann mit einer Verkostung der frischen Bierspezialitäten enden. Alternativ steht nach Absprache ein Sommelier für Weinproben zur Verfügung. Leckere Häppchen, knackige Salate, schmackhafte Tellergerichte und süße Desserts runden das MICE-Angebot ab.

„Man geht durch die Stadt und trifft oft Kollegen“, freut sich Professor Dr. Dr. h.c. Manfred Lindner. Seit 2006 ist er Direktor des Max-Planck-Instituts für Kernphysik in Heidelberg. Als persönlicher Ordinarius lehrt er auch an der Universität. Im letzten Jahr leitete er die Internationale Fachkonferenz zur Neutrino-physik, zu der 840 Teilnehmer nach Heidelberg kamen.

„Es ist leichter, Kollegen für eine Konferenz nach Heidelberg zu bekommen als an die meisten anderen Orte“, fasst er seine Erfahrungen zusammen und ergänzt: „Wir sehen das auch bei Stellenausschreibungen: Heidelberg zieht.“ Ursache sei neben der fachlichen Kompetenz und der hohen Reputation der Heidelberger Forschung die angenehme Atmosphäre und das Ambiente der Altstadt.

„Viele Naturwissenschaftler sind traditionsorientiert. Nach einem langen Konferenztag in großer Runde geht man abends lieber in kleineren Kreisen in eine kleinere Gaststätte, um spezifische Details mit wenigen Kollegen zu diskutie-

ren. Davon hat die idyllische Altstadt sehr viele zu bieten.“

Auch den Vergleich mit einer Metropole wie München scheut der Neutrino-physiker nicht. „Wenn man die ganze Rhein-Neckar-Region sieht, sind wir optimal aufgestellt. Die Lebensqualität ist sehr hoch. Hinzu kommen die zahlreichen unzerstörten Gebäude in der Altstadt, die nach dem Krieg liebevoll restauriert wurden.

Das Leben ist hier sehr angenehm.“

Nach seinem Studium und seiner Promotion in München verbrachte Lindner zwei Jahre in Chicago in den USA und zwei Jahre bei der Europäischen Organisation für Kernforschung (Conseil européen pour la recherche nucléaire, CERN) in der Nähe von Genf in der Schweiz. Nach seiner anschließenden Habilitation in Heidelberg war er 13 Jahre in München tätig, bevor er 2006 nach Heidelberg zurückkehrte.

„Unser Luxus sind die vielen jungen Menschen, mit denen wir hier zusammenarbeiten“, beschreibt er seine tägliche Freude. „Einige brauchen etwas mehr Unterstützung, anderen muss man mehr Freiraum zur Entwicklung geben. Das macht unsere Arbeit sehr abwechslungsreich.“

Wie sich die Welt verändert, beschreibt der Vater dreier Kinder am Beispiel der E-Mail. „1984 am CERN habe ich meine erste E-Mail nach Japan geschickt. Es gab noch keine einheitlichen Regeln. So mussten wir verschiedene Möglichkeiten ausprobieren und haben die Empfänger gebeten zu antworten, damit wir erfahren, welche Methode funktioniert. Die Antwort dauerte drei Tage“, lacht Lindner. Heute sei die weltweite

Im Garten des Café Schafheutle in Heidelberg trifft Mathias Schiemer (l.) Professor Dr. Dr. h.c. Manfred Lindner, Direktor des Max-Planck-Instituts für Kernphysik in Heidelberg.



Mathias Schiemer (l.), Geschäftsführer der Heidelberg Marketing GmbH und der Heidelberg Conventions GmbH, und Professor Dr. Dr. h.c. Bernhard Eitel, Rektor der Ruprecht-Karls-Universität Heidelberg, genießen eine Erfrischung in der Kulturbrauerei Heidelberg.

Kommunikation deutlich schneller und einfacher.

Für die Zukunft sei wichtig, das Label „Exzellenz-Universität“ intensiv zu nutzen. „Unsere Ausbildung an der Uni und an den Forschungsinstituten ist weltweit führend. Unsere Region bietet alle Möglichkeiten. Wir tun alles, um zusammen mit den jungen Studierenden, die wir betreuen und in die Projekte einbinden, den guten Ruf der Universität durch erfolgreiche Forschung weiter zu steigern.“

Das im Jahr 1833 gegründete Kaffeehaus hat Otto Schafheutle im November 1933 übernommen. In vierter Generation führt heute Konditormeister Julian Kübel die Oase in der Hauptstraße gemeinsam mit seiner Mutter Martina Schafheutle-Kübel. Wer das Ladenlokal mit den vielen Kuchen in der Theke durchschreitet, lässt den Trubel der Fußgängerzone hinter sich und gelangt in den herrlichen Garten mit blühenden Blumen.

„Wir möchten die Kaffeehaus-tradition in die Zukunft tragen“, sagt Martina Schafheutle-Kübel. „Die Welt wird immer schneller und anonym. Da sehnen sich die Leute nach Behaglichkeit.“ Das Konzept funktioniert. Die fast 200 Sitzplätze sind bestens frequentiert. „Neuerdings kommen immer mehr junge Leute, um unsere tagesfrischen Kuchen zu probieren“, erkennt die Konditormeisterin und ergänzt: „Was gibt es Schöneres als verliebte Pärchen bei Kaffee und Kuchen?“



Congress Center Villach

So präsentiert man Autos heute.



Das Congress Center Villach (CCV) ist die attraktivste Veranstaltungslocation im Süden Österreichs und für internationale und nationale Kongresse, Konferenzen, sowie für verschiedene kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen mit bis zu 2000 Personen optimal ausgerüstet. Außerdem bietet das CCV ideale technische und räumliche Voraussetzungen und den perfekten Rahmen für Produktpräsentationen wie Designer-Objekte und Luxusautos. Die Symbiose aus multifunktionellem Kongresszentrum, 4* Superior Design Hotel und Haute Cuisine auf höchstem Niveau ist einzigartig in Österreich.



4* Superior Hotel und Congress Center Villach am Draufer

MEHR RAUM INKLUSIVE.

20 hervorragend ausgestattete Veranstaltungsräume - der größte für mehr als 1000 Personen - garantieren perfekte Raumlösungen für jegliche Veranstaltungen wie zum Beispiel Autopräsentationen. Ebenso einzigartig ist der Josef-Resch-Saal mit einem perfekten Zusammenspiel aus 12 computergesteuerten Bühnenzügen sowie der stufenlos verstellbaren Hubbühne mit 40m². Der geräumige CCV Vorplatz, eine Bühnenzufahrt sowie direkte Einfahrt in die Foyers bieten größtmögliche Flexibilität! Ein Grund mehr, warum so viele internationale und nationale Veranstalter, Konzerne und Institutionen das Congress Center Villach als ideale Location wählen.

MEHR KOMFORT INKLUSIVE.

Die spezielle Lage im Mittelpunkt von drei Kulturkreisen unweit von Italien und Slowenien, inmitten einer Stadt voll südlichem Flair, umgeben von Bergen und Seen sowie die problemlose Erreichbarkeit machen das Congress Center Villach zu einem der beliebtesten Tagungs- und Veranstaltungszentren in Österreichs Süden.

MEHR KOMFORT INKLUSIVE.

135 moderne Zimmer und Suiten empfangen die Gäste in Villachs einzigem 4* Superior Hotel, das direkt mit dem CCV verbunden ist. Moderne Architektur, ein Metropolitan Air System und der romantische Stil der Flussatmosphäre zeichnen dieses moderne Businesshotel aus. Ein großer Arbeitstisch, kostenloses WIFI, Kaffee- und Teezubereitungsmöglichkeiten, Minibar und Laptop-Safe sind einige der Highlights, welche die Zimmer und Suiten bieten. Entspannung findet man im 800 m² großen Vitality Club mit 2 Saunen, einem Dampfbad und einem modernen Fitnesscenter.



Top Möglichkeiten für Präsentationen von höchster Qualität



Beeindruckende Autopräsentationen mit Ausblick

MEHR SERVICE INKLUSIVE.

Beginnend vom professionellen Angebot und der Organisation von Autopräsentationen über Zimmerbuchungen, Veranstaltungsabläufe, Menüauswahl, Ausstattung der Besprechungsräume bis hin zur individuellen Dinnerparty - „Eine Veranstaltung - ein Ansprechpartner“ ist die CCV-Philosophie, die Sie mühelos durch den Planungsprozess führt!

AUSGEZEICHNETE KOCHKUNST INKLUSIVE.

Im LAGANA, dem von Gault Milleau mit 2 Hauben ausgezeichneten Gourmetrestaurant, werden hochwertige Produkte zu einzigartigen Geschmacksexplosionen veredelt. Sie laden zu einer kulinarischen Reise in die Haute Cuisine ein, die bei wärmeren Temperaturen auch zu einem geschmackvollen Tête-à-tête auf einer der schönsten Terrassen Villachs führt oder in der exklusiven LAGANA Bar ihren Höhepunkt findet. Diese besondere Qualität beeindruckt auch bei Galadinnern und Großevents wie dem bekannten und beliebten Prinzenball des Villacher Fasching.

GREEN MEETING INKLUSIVE.

Der Trend bei der Auswahl von Tagungsstätten geht zur Ressourcen- sowie Umweltschonung und Regionalität. Das CCV ist berechtigt, „Green Meetings“ und „Green Events“ auszurichten. Die Kennzeichnung einer Veranstaltung mit dem Österr. Umweltzeichen garantiert ein positives Image.



CONGRESS · CENTER · VILLACH



Galadinner mit gehobener Küche für bis zu 400 Gäste

SAVE THE
Date

SUMMER
Summit

25. SEPTEMBER 2019

SOFITEL
HOTELS & RESORTS

FRANKFURT OPERA

AB 18:30 UHR

ROOFTOP BAR DES SOFITEL FRANKFURT OPERA

DER DESTINATIONS CIRCLE LÄDT ZUM SUMMER SUMMIT 2019 IM HOTEL SOFITEL FRANKFURT OPERA EIN. PLANER HABEN AN DIESEM ABEND DIE MÖGLICHKEIT, 15 INTERNATIONALE DESTINATIONEN KENNZULERNEN. BITTE BEACHTEN SIE, DASS DIE ANZAHL AN PLÄTZEN BEGRENZT IST. IHRE DEFINITIVE ANMELDUNG WIRD VON UNS BESTÄTIGT.

TEILNEHMENDE DESTINATIONEN:

ABU DHABI, BRÜSSEL, FRANKREICH, DEUTSCHLAND, ITALIEN, KÄRNTEN, KOLUMBIEN, KROATIEN,
KYOTO, MALTA, NAMIBIA, SINGAPUR, SOUTH AFRICAN AIRWAYS, SPANIEN, VORARLBERG

ANMELDUNG UNTER:

WWW.DESTINATIONSCIRCLE.DE/VERANSTALTUNG/

Abflug zum Event:

Wappenhalle München



li.: So funktionierten Flughäfen früher: In der Wappenhalle (im Bild hinten) gab man den Koffer ab und ging dann über das Vorfeld, um in das Flugzeug einzusteigen.

re.: Das ehemalige Vorfeld des Flughafens München-Riem wurde bebaut. Fast alle alten Flughafengebäude wurden entfernt. Nur die Wappenhalle und der Tower blieben stehen und können heute für unterschiedliche Events genutzt werden. Foto: Hans Rodewald, CreativK.de

IN MÜNCHEN-RIEM war der erste zivil verwendbare Flughafen in Deutschland nach dem Krieg. Von April 1948 bis Mai 1992 landeten hier zahlreiche Propeller- und Düsenflugzeuge. Millionen Passagiere bewegten sich durch die imposante Halle mit den Wappen der bayerischen Regionen, die heute als Eventlocation genutzt wird.

Neben der neuen Messe München und dem Brainlab-Tower bietet die denkmalgeschützte Halle aus dem Jahr 1939 Platz für 475 Teilnehmer. Ein Empfangsfoyer und ein etwa 3.000 m² großer Innenhof, der abends oder an Wochenenden genutzt werden kann, ergänzen das Ensemble am Konrad-Zuse-Platz.

Durch die große Fensterfront auf der Südseite, früher die Seite zum Rollfeld, kommt sehr viel Tageslicht in die Halle. Auf Wunsch lässt sich der etwa 11 Meter hohe, säulenfreie Raum komplett verdunkeln. Der Natursteinboden aus dem Jahr 1939 trägt 500 kg pro Quadratmeter und eignet sich damit auch gut für Fahrzeuge.

Der Verkehr wird über die Passauer Autobahn und die Messe-U-Bahn U2 angebunden. In unmittelbarer Nachbar-

schaft befinden sich neben modernen Bürogebäuden und der Messe München die Hotels H4 und H2 sowie Motel One Messe München. Die Zusammenarbeit der Wappenhalle mit den Venues wird weiter forciert.

„Wir möchten die Campus-Idee in naher Zukunft noch weiter ausbauen“, berichtet Alexandra Lief von der Wappenhalle München. „Wer mehr Räume benötigt, kann einen der acht Konferenzräume für 20 bis 150 Personen im Hotel oder die Aula der Nemetschek AG gegenüber nutzen. Wer noch mehr Platz braucht, findet auf der anderen Straßenseite die Brainlab AG und die neue Messe München. Betten stehen in den Hotels ausreichend zur Verfügung. Hier verbindet sich Historie mit Funktionalität.“ (hr)

Anzeige

Eröffnung Ende 2019: Neuer Raum für neue Ideen

Genialität trifft auf Design, Wissenschaft trifft Wirtschaft. Im Zentrum des „Galileo – Neue Mitte Garching“ ist das Science Congress Center der Fixstern, um den die Wissenschaft, Forschung und Hotellerie ihre Bahnen ziehen. Herzstück des SCCM, das insgesamt 2.400 qm Veranstaltungsflächen bietet, ist das tagesbelichtete Audimax mit 1.300 Plätzen. Verkehrsgünstig zwischen dem Flughafen München und der Stadt gelegen, ist die neue Location mit der U-Bahn direkt mit der Innenstadt verbunden.

Gut zu wissen

- 14 Veranstaltungsräume (55 - 280 qm)
- Audimax mit 1.300 Plätzen, teilbar für Veranstaltungen mit bis zu 570 Pers.
- Kostenfreies WLAN
- Modernste Licht- & Tontechnik
- 4 Dolmetscherkabinen
- Lastenaufzug mit Zugang zur Bühne
- Akustik im Audimax für Konzert- und Theateraufführungen
- 2 direkt angeschlossene Hotels mit 415 Zimmern, Suiten und Apartments
- 550 Tiefgaragenplätze

SCIENCE
CONGRESS
CENTER

Munich

Science Congress Center Munich

Walther-von-Dyck-Strasse 10
85748 Garching bei München
Tel.: 089 61425 800
events@scc-munich.com





Der neue Stadtteil One Monte-Carlo mit dem dazugehörigen Konferenzzentrum erstreckt sich direkt neben dem legendären Hôtel de Paris (links). Rolltreppen führen hinunter in das moderne Foyer des Konferenzzentrums One Monte-Carlo. Fotos: SBM

Das One Monte-Carlo unterstreicht Monacos Anspruch als MICE-Destination | von Mali Karbach

Vom Luxusdomizil zum business-touristischen Anziehungspunkt: 2019 beginnt die nächste Ära für das Fürstentum Monaco. Am 4. Juni feierte die Monte-Carlo Société des Bains mit der Eröffnung des Stadtteils und gleichnamigen Konferenzzentrums One Monte-Carlo den Beginn einer neuen Dimension des Geschäftstourismus und der Veranstaltungsorganisation.

MONACO IST BEKANNT für Reichtum und Luxus, so weit das Auge reicht. Der gut zwei Quadratkilometer kleine Staat direkt an der Côte d'Azur ist das Zuhause vieler Wohlhabender. Nobelkarossen, Luxusmarken und prachtvolle Yachten prägen das Stadtbild ebenso wie perfekt angelegte Parks, schmale Straßenschluchten und ein Wald aus Wohntürmen.

So kommt es nicht selten vor, dass sich Besucher oder Einheimische in nur sieben Minuten mit dem Helikopter vom internationalen Flughafen Nizza Côte d'Azur einfliegen lassen. Mit dem Auto dauert die Fahrt nach Monaco rund 23 Minuten länger.

Durchschnittlich 300 Tage Sonne im Jahr, ein hohes Maß an Nachhaltigkeit und das neue business-touristische Zentrum sind nur ein paar der Gründe, die Monaco für die MICE-Branche interessant machen.

Monacos neues Herz

In bester Lage, direkt neben dem legendären Place du Casino befindet sich das architektonische Meisterwerk One Monte-Carlo, gemeinsam entworfen von Architekt und Städteplaner Sir Richard Rogers und dem monegassischen Architekten Alexandre Giraldi. Zu dem neuen Stadtteil gehört neben dem Konferenzzentrum auch ein Komplex aus 37 Prestige-Apartments, exklusiven Designerläden und einem erstklassigen Restaurant. Der mit Palmen gesäumte Fußgängerbereich verbindet das One Monte-Carlo auf direktem Weg mit dem Hôtel de Paris Monte-Carlo und liegt in unmittelbarer Nähe zum Hôtel Hermitage Monte-Carlo sowie dem Café de Paris Monte-Carlo.

Mit dem neu entstandenen Zentrum hat es die Monte-Carlo Société des Bains (kurz: SBM) geschafft, ihre Kapazität und das Angebot für Business und Events zu verdoppeln. Die vielseitige Palette aus

Einrichtungen am Meer sowie im Herzen Monacos ermöglicht Veranstaltungen jeglicher Art mit bis zu 950 Personen und ist an der Côte d'Azur einzigartig. Bereits seit 1863 sorgt das staatliche Unternehmen mit insgesamt vier Hotels und einem erfahrenen Team für unvergessliche Events. Insgesamt umfassen die Resorts mehr als 50 Bankett- und Konferenzräume, 33 Restaurants (darunter vier mit sieben Michelin-Sternen) und vier Casinos, zu denen unter anderem auch das sagenumwobene Casino de Monte-Carlo gehört.

Das nächste Kapitel

Auf einer Fläche von 1.445 Quadratmetern kommen dank des neuen Konferenzzentrums nun noch einmal neun weitere Säle in einer Größenordnung von 48 bis 301 Quadratmetern und ein Auditorium mit 80 Plätzen hinzu. Egal ob Tagung, Gala-Dinner oder Produktpräsentationen: Die modernen Räumlichkeiten bie-

ten zahlreiche Möglichkeiten für Veranstalter.

Mehrere Rolltreppen führen hinunter in die vielseitig nutzbare 500 Quadratmeter große Lobby. Von hier aus sind alle neun Veranstaltungsräume zu erreichen, deren Namen als Hommage an das Palais des Beaux-Arts (1892–1928) und Sporting d’Hiver (1930–2014) erinnern. Sie standen zuvor an der Stelle des One Monte-Carlo und bildeten den Grundstein für den MICE-Markt in Monaco. In den ehemaligen historischen Gebäuden fanden schon damals die ersten Aufführungen, Ausstellungen und Kongresse für die High Society der Welt statt.

Mit 301 Quadratmetern ist der Salle des Arts der größte Konferenzraum im One Monte-Carlo. Im perfekt nachgebildeten Art-déco-Stil können hier bis zu 300 Personen wie im damaligen Palais des Beaux-Arts tagen. Angrenzend an den Salle des Arts befindet sich mit 178 Quadratmetern der zweitgrößte Raum, der Salle Jean Cocteau. Er bietet ideale Voraussetzungen für Bankette, Kaffeepausen oder Meetings.

Etwas abseits der großen Veranstaltungsareale liegen die jeweils 96 Quadratmeter großen Räume Maria Callas, Rossini und Arman. Sie verfügen über natürliches Tageslicht und sind jeweils in zwei Bereiche unterteilbar, was sie besonders als Breakout-Rooms oder für Workshops attraktiv macht.

Alle Tagungsbereiche sind komplett mit der neuesten Technik ausgestattet und klimatisiert. Ein 2-Tonnen-Lastenaufzug ermöglicht zudem den Transport von Automobilen zu den Ausstellungsflächen. Das One Monte-Carlo ist damit eine ideale Ergänzung zum bereits bestehenden Grimaldi Forum.

486 Zimmer in nächster Umgebung (278 im Hôtel Hermitage Monte-Carlo und 208 im Hôtel de Paris Monte-Carlo) sowie 23 Veranstaltungsräume und Loun- ges (14 im Hôtel Hermitage Monte-Carlo, acht im Hôtel de Paris Monte-Carlo und eines im Café de Paris) runden das Angebot der SBM im Zentrum Monacos ab.

Zeitlose Eleganz im Stil der Belle Époque

Das Fünf-Sterne-Hotel Hermitage Monte-Carlo ist ein wahres Juwel aus der Belle Époque und für viele das Traumhotel. Der unter Denkmalschutz stehende Palast umfasst 278 luxuriöse Zimmer und Suiten, die liebevoll und stilgetreu restauriert wurden. Alle bestechen entweder durch Blick auf den prachtvollen Jachthafen, den grün angelegten Innenhof oder das schicke Stadtzentrum. Schon das Foyer beeindruckt beim Betreten des Hauses: Weißer Marmor trifft hier auf goldene Akzente und sorgt für ein geschmackvolles Ambiente. Neben Ruhe und Diskretion gehören auch das Sternere- restaurant Vistamar und das 6.600 Quadratmeter große Spa Thermes Marins Monte-Carlo zu den Annehmlichkeiten des Hauses.

Das Hermitage ist schon lange auf Tagungen und Bankette spezialisiert und kann sechs bis 400 Teilnehmer unterbringen. Ob intime Besprechung im edlen Bouderie-Salon oder Cocktail-Empfang

li.: Von der Fassade bis zum Interieur ist das Hôtel Hermitage ein Meisterwerk im Stil der Belle Époque. Fotos: SBM

re.: In der imposanten Beaumarchais-Lobby im Hôtel Hermitage werden Gäste standesgemäß empfangen.

im imposanten Salle Belle Époque – insgesamt 14 Tagungs- und Banketräume stehen Planern zur Auswahl. Vor allem die flexible Gestaltung der Räume zeichnet das Hotel aus und macht jegliche Art von Events möglich.

Für Großveranstaltungen kann der Salle Eiffel mit seinen 3.336 Quadratmetern Fläche bespielt werden. Eine Trennwand bietet zusätzlich die Möglichkeit, zwei voneinander unabhängige Veranstaltungen zeitgleich durchzuführen. Während die anderen Räume dem Stil der Belle Époque treu bleiben, präsentiert sich der Salle Eiffel modern und funktional.

Eine attraktive Erweiterung des Angebots sind die sieben Terrassen und Gärten, die zum Hermitage gehören. Für besonders spektakuläre Momente sorgt beispielsweise ein Empfang auf der Midi-Terrasse mit Blick auf den Fürsten-Fels Le Rocher. Aber auch der charmante Excelsior-Salon und die dazugehörige Terrasse – mit Zugang zum im Garten befindlichen Springbrunnen – ist ein außergewöhnlicher Ort mit Platz für bis zu 100 Personen. Erwähnenswert ist übrigens auch die Terrasse des Salle Époque, wo mit Blick auf den Fürstenpalast gefeiert werden kann.

Die Renaissance des legendären Hôtel de Paris

Seit über 150 Jahren gehört das Hôtel de Paris zum Zentrum Monacos und prägt das Stadtbild ebenso wie das benachbarte Casino de Monte-Carlo. Cremeweiß ragt die Fassade des Hotels neben dem Jachthafen empor und verfügt über die besten Schauplätze während der Formel 1.

2014 wurde das renommierte Hotel mit höchster Sorgfalt renoviert, um der Vision des Gründers François Blanc, ein

Hotel zu schaffen, das alles übertrifft, gerecht zu werden. Damit werden auch zukünftig High-End-Veranstaltungen hier ihr Zuhause haben.

Im Zuge der Baumaßnahmen des One Monte-Carlo ist weiterhin ein direkter Durchgang mit Innenhof zum neuen Stadtteil geschaffen worden. Auch dieser Teil des Hotels kann als Austragungsort für die unterschiedlichsten Anlässe genutzt werden. Ein





li.: Aus dem Infinity Pool der Diamond Suite Fürst Rainier III. genießen Gäste einen exklusiven Blick auf die Dächer Monte Carlos. Fotos: SBM

re.: Von der Terrasse des größten Veranstaltungsraums Salle Empire im Hôtel de Paris kann die Formel 1 hautnah erlebt werden.



← kleines Café im Parisian Chic, hochgewachsene Palmen und klassische Klaviermusik sorgen in der Open-Air-Passage für ein einzigartiges Flair.

Der größte Veranstaltungsraum des Hauses ist der prestigeträchtige Salle Empire mit seiner Terrasse. Nirgendwo sonst kommt man während der Formel 1 den Rennwagen so nah wie an diesem Ort. Den Blick auf das berühmteste Casino der Welt gibt es inklusive. 5.381 Quadratmeter bieten Platz für bis zu 464 Personen und lassen Veranstaltungsplanern jede Menge Spielraum. Der seit dem 19. Jahrhundert unter Denkmalschutz stehende Salle Empire fasziniert durch goldene Verzierungen, edle Marmorsäulen, handgemalte Wandbilder und riesige Kronleuchter.

Ein weiteres Highlight des Hotels ist die auf dem Dach befindliche Diamond Suite Fürst Rainier III. Auf bis zu 895 Quadratmetern befinden sich drei Schlafzimmer, ein großer Hauptsalon mit Barbereich, ein Salon mit Bibliothek sowie ein Speisezimmer und ein Arbeitsbereich. Die inkludierte 350 Quadratmeter große Terrasse mit beheiztem Infinity Pool bietet einen exklusiven Blick auf den Place du Casino und die Dächer Monte-Carlos.

Für eine hervorragende Gastronomie sorgt zum einen das seit 1987 mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnete Restaurant Le Louis XV und zum anderen das im

achten Stock befindliche Le Grill, das im Februar dieses Jahres den ersten Michelin-Stern erhielt. Erst kurz zuvor feierte Starkoch Alain Ducasse das Debüt seines Restaurants ÔMER im Hôtel de Paris. Er überrascht seine Gäste mit einer kulinarischen Reise von Griechenland über den Libanon und Marokko bis hin zu den Küsten Spaniens, Nizzas oder Malτας. Diverse Speisen zum Teilen sorgen für ein geselliges Beisammensein. Auf der modern gestalteten Terrasse des Restaurants kann bis in den späten Abend hinein das Treiben im Hafen beobachtet werden.

Welcome to Paradise: 350.000 Weinflaschen auf einer Fläche von etwa 1.500 Quadratkilometern klingen nicht nur paradiesisch, sie sorgen auch für ein unvergessliches Erlebnis. Die unter dem Hôtel de Paris Monte-Carlo und Hôtel Hermitage verborgenen größten Hotelweinkeller der Welt stehen für exklusive Führungen mit maximal 40 Personen bereit. In einem einzigartigen Rahmen erfahren die Teilnehmer mehr über den Keller und können einige der edelsten und teuersten Tropfen aus sämtlichen französischen Weinbauregionen verkösten.

Im Eilschritt zu mehr Nachhaltigkeit

Nicht erst seit der Neueröffnung des neuen Stadtteils und Konferenzzentrums One Monte-Carlo ist es der SBM besonders wichtig, eine nachhaltige Unternehmenspolitik zu führen. Schon lange engagiert sie sich für eine nachhaltige Entwicklung ihrer Resorts. So wird täglich daran gearbeitet, den Energie- und Wasserverbrauch zu reduzieren und Veranstaltungen ökologischer zu gestalten. Zahlreiche Zertifizierungen, wie das

weltweit anerkannte Green-Globe-Zertifikat oder das Umweltqualitätslabel BREEAM, belegen die umweltfreundliche Entwicklung der Gruppe. Am 23. März 2018 unterzeichneten alle zugehörigen Hotels im Grimaldi-Forum den National Pact on Energy Transition.

Auch das Restaurant Elsa im Monte-Carlo-Bay-Resort ist das erste mit einem Stern ausgezeichnete ökologisch zertifizierte Bio-Restaurant. Eine weitere Besonderheit: Die Köche fördern nicht nur die Verwendung von frischen, lokalen und saisonalen Produkten, sie verfügen auch über einen hauseigenen Bio-Gemüsegarten, sodass Gerichte wie Burrata mit selbstgezüchteten Tomaten keine Seltenheit auf der Speisekarte sind.

Bei Meetings wird vor allem auf umweltfreundliche Materialien geachtet. So werden beispielsweise nur ungiftige Stifte, Recyclingpapier und Glasflaschen verwendet. Zudem verfügen alle Konferenzräume über Telekonferenz-Lösungen für Remote-Meetings und 95 Prozent über Tageslicht, was den Energieverbrauch reduziert. Wird ein Raum nicht genutzt, wird die Klimaanlage erst gar nicht angeschaltet.

One step ahead: Seit geraumer Zeit gehören zum Repertoire der SBM auch Elektrofahrzeuge und E-Bikes. Passend dazu befindet sich die erste elektrische Power-Ladestation im Fürstentum direkt vor dem Monte-Carlo Bay Hotel. Weltweit schafft sie es als eine der ersten Stationen, Elektrofahrzeuge innerhalb von 20 bis 30 Minuten zu laden. Der Strom dafür wird durch die auf dem Dach des Hauses befindliche Photovoltaik-Anlage generiert. Somit beweist die SBM einmal mehr, wie wichtig ihr eine umweltfreundliche Zukunft ist.

PERFEKT FÜR EINZIGARTIGE AUTOPRÄSENTATIONEN IM SÜDEN ÖSTERREICHS

YOU GET MORE...

Das **CONGRESS CENTER VILLACH** ist mit Sicherheit das innovativste Tagungs- und Kongress-Zentrum im Süden Österreichs.

Veranstalter von Tagungen, Großevents und Kongressen mit bis zu 2.000 Personen schätzen die Architektur, die hohe technische Ausstattung, das multifunktionale Raumkonzept, die ausgezeichnete Gastronomie auf 2-Hauben-Niveau und das spezielle Ambiente der direkt angeschlossenen 4* Superior-Hotellerie.



Josef-Resch-Saal für Ihre Autopräsentation



Exklusiver Wohnkomfort im 4* Superior-Hotel



Die LAGANA-Bar - Treffpunkt für Genießer



Kulinarik auf 2-Hauben-Niveau

- Eine Ansprechperson für alle Anforderungen
- 3.000m² Ausstellungsfläche
- Großer Saal für 1.060 Personen
- 135 Zimmer und Suiten im direkt angeschlossenen 4* Superior-Hotel
- Ideal für Galadinner bis 400 Personen
- Großer Präsentationssaal mit 40m² computergesteuerter Hubbühne
- Lichtdurchflutete Foyers rücken Ihre Autopräsentation ins Rampenlicht
- Leicht mit dem Auto, der Bahn oder per Flugzeug erreichbar

GREEN MEETING & GREEN EVENT

Das CCV ist berechtigt, Veranstaltungen als Green Meeting und Green Event zu zertifizieren. Dies beinhaltet auch das Vermeiden von Müllbergen sowie den vorrangigen Einsatz regionaler Produkte für Ihre Veranstaltung.

Silvia Wirnsberger MBA
Business & Event Manager
Europaplatz 1 | A-9500 Villach
T: +43 (0)4242 / 225 22 58 65
M: +43 (0)664 82 77 667
sales@ccv.at | www.ccv.at



CONGRESS · CENTER · VILLACH



B-Leisure in Dubai:

Der ideale Ort für Business und Freizeit | von Steen Jakobsen

Der Reisetrend B-Leisure, also Business und Freizeit, hat sich weltweit zu einem großen Thema in der Veranstaltungsbranche entwickelt. B-Leisure kann nicht nur dabei helfen, eine größere Spannweite an Geschäftsreisenden anzuziehen. Der Trend kombiniert das Geschäfts- und Freizeitangebot eines Reiseziels; Produktivität und emotionale Komponente des Wohlbefindens werden dadurch gleichermaßen gesteigert. Dubai hat sich hier bereits früh seinen Ruf als führendes Reiseziel für Business- und Freizeitreisen erarbeitet – und zeigt, wie der Mix erfolgreich gelingen kann.

DUBAIS HOHE SICHERHEIT, seine sehr gut entwickelte Infrastruktur sowie das Portfolio an weltberühmten Hotels, Veranstaltungsorten und einer Vielzahl von Dienstleistern machen die Stadt zu einem idealen B-Leisure-Ziel. Ein Drittel der Weltbevölkerung lebt zurzeit vier Flugstunden von Dubai entfernt. Dubais gute Erreichbarkeit für globale Märkte ist einer der Hauptgründe, warum es zu einem beliebten Gastgeber für regionale und internationale Geschäftsveranstaltungen geworden ist. Die Stadt hat sich zudem zu einem Zentrum für den Wissensaustausch in den Schlüsselsektoren Technologie, Gesundheit, Verkehr und Wasser entwickelt. Ebenso hat sich Dubai einen Namen als Standort einer Vielzahl von Teambuilding- und Freizeitattraktionen für unterschiedliche Gruppengrößen und Präferenzen gemacht.

Neun Gründe, die Dubai zu einem idealen B-Leisure-Ort machen:

1. Wüstensafari

Bei einer Wüstensafari können Geschäftsreisende Kamele reiten, in der Wüste campen, an einer Wüstenralley teilnehmen oder aber auch Heißluftballon-Erlebnisse buchen. Gäste können zudem an typisch arabischen Live-Erlebnissen, wie zum Beispiel Falkner-Vorführungen oder Kamelreiten, teilnehmen und Gerichte einer reichhaltigen Küche genießen.

2. Wasserflugzeug-Tour

Seawings bieten für kleine Besuchergruppen das Angebot, Dubai aus der Luft zu erkunden. Das Wasserflugzeug startet vom Dubai Creek Golf and Yacht Club und fliegt die Passagiere



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

bis zu 500 Meter hoch. Hier sehen die Besucher die gesamte Stadt von oben, fliegen an der berühmten Skyline von Dubai vorbei und können die Architektur aus einer anderen Perspektive betrachten.

3. Dubais historischer Stadtteil

Im historischen Stadtteil können Reisende den traditionellen Lebensstil Dubais aus der Mitte des 19. Jahrhunderts bis in die 1970er-Jahre erkunden. In der historischen Nachbarschaft Al-Fahidi können Gruppen an der traditionellen Abra-Bootsfahrt teilnehmen und den Gold- und Gewürzmarkt aus der Nähe entdecken.

4. Kulturelle Attraktionen

Die Stadt bietet aber noch viele weitere Möglichkeiten für Gruppenaktivitäten. La Perle, ein Theaterspektakel mit Stunts und Luftakrobatik auf einer Wasserbühne mit fast drei Millionen Litern Wasser, und die Dubai-Oper, die sich für die Produktion der besten Performing-Arts-Erlebnisse aus Dubai und der ganzen Welt einsetzt, sind ebenfalls spannende Orte für Besucher.

5. Kulinarik

Auch Dubais vielfältige Küche lockt Reisende und Veranstalter aus aller Welt an. Das Miteinander von vielen Nationalitäten hat ein reichhaltiges Angebot geschaffen.

6. Sport

Aber Dubai wäre nicht Dubai ohne seine Strände, die Möglichkeiten für sportliche Aktivitäten, wie zum Beispiel Surfen und Kajakfahren, sowie eine Reihe von F&B-Outlets und weitere Unterhaltungsmöglichkeiten.

7. Dubai-Pass

Der Dubai-Pass, ein von „iVenture Card“ entwickelter All-inclusive-Pass, bietet den Nutzern Zugang zu 15 Attraktionen mit 48 Erlebnissen, aus denen sie wählen können. Aus drei maßgeschneiderten Paketen mit speziellen Preisen für Erwachsene und Kinder kann gewählt werden.

8. Dubai World Trade Centre

Hotels sind nicht die einzigen Orte, an denen Geschäftsveranstaltungen in Dubai stattfinden. Die Stadt ist das Zuhause des Dubai World Trade Centre (DWTC), des größten Veranstaltungsraums der Region. Mit über 1,3 Millionen Quadratmetern überdachter Fläche, seiner zentralen Lage im Herzen der Stadt – in nur fünf Kilometern Entfernung vom Dubai Interna-

Hotel-Trends in Dubai

Egal wie Planer und Delegierte ihre Reise planen, es ist wichtig, eine Unterkunft zu haben, die den Anforderungen aller gerecht wird. Mit mehr als 118.345 Zimmern in 718 Immobilien bietet Dubai eine große Auswahl an verschiedenen Kategorien und Preisklassen. Hier sind einige der neuen Unterkünfte:

Emerald Palace Kempinski Dubai

Das Hotel verfügt über drei Tagungsräume, einen Ballsaal mit Vorbereitungsraum und das größte private Kino der Welt. Der Veranstaltungsraum erstreckt sich über eine Fläche von 2.163 m² und ist vollständig ausgestattet. Ein gut geschultes Personal erfüllt die Bedürfnisse der Gäste und Geschäftsreiseveranstalter. Die Veranstaltungsräume des Hotels bieten Platz für bis zu 1.500 Personen.

Mandarin Oriental Jumeira

Dieser Veranstaltungsort liegt nah an

Dubais Finanz- und Geschäftsvierteln mit außergewöhnlichen Tagungs- und Veranstaltungseinrichtungen. Das Hotel verfügt über einen Ballsaal mit einer 700 m² großen Glaswand, einer Strandterrasse und vier elegant eingerichteten Tagungsräumen mit Tageslicht. Neben der hervorragenden Auswahl an Veranstaltungsorten bietet das neue Hotel auch den Zugang zu modernster Technik.

Radisson Blu Hotel Dubai Waterfront

Die bekannte Marke befindet sich im neuen Business Bay District am Dubai-Kanal. Das Hotel liegt in unmittelbarer Nähe zu mehreren wichtigen Sehenswürdigkeiten wie dem Dubai World Trade Centre, dem Dubai International Airport, dem Burj Khalifa und der Dubai Mall – dem größten Einkaufszentrum der Welt. Radisson Blu Waterfront bietet 432 Zimmer und Suiten, ausgezeichnete Restaurants vor Ort und viele Terrassen mit Blick auf die Skyline.

tional Airport – bietet es jedes Jahr Veranstaltungen für über drei Millionen internationale und lokale Besucher auf dem Messegelände an.

9. Coca-Cola-Arena

Als brandneuer Veranstaltungsort steht den Planern nun auch die Coca-Cola-Arena zur Verfügung: eine überdachte Mehrzweckhalle mit 17.000 Sitzplätzen im Herzen der Stadt, in der Sportveranstaltungen und Konzerte sowie große Geschäftsveranstaltungen in verschiedenen Konfigurationen durchgeführt werden.

Die Dubai Business Events (DBE) und die Dubai Corporation for Tourism and Commerce Marketing unterstützen Unternehmen und Verbände aus aller Welt bei der Planung internationaler Veranstaltungen im Emirat. Kurzum: Mit dem Angebot an Hotels und Kongresszentren, die sich durch hochwertige Business-Event-Einrichtungen und ein attraktives Freizeitangebot auszeichnen, haben die Besucher die Qual der Wahl.

Anzeige

TAGUNGEN / KONGRESSE / GALADINNER
PRÄSENTATIONEN / AUSSTELLUNGEN



Altes bewahren, Neues wagen!

Moderne Events in industriell-historischem Ambiente
im neuen KUZ – Kulturzentrum Mainz

vermietung@kulturzentrummainz.de
www.kulturzentrummainz.de

**EVENTIDEE:
IHRE FIRMENFEIER IM KUZ**



+

eventsplus
MAINZ CONGRESS

MEET IN MAINZ

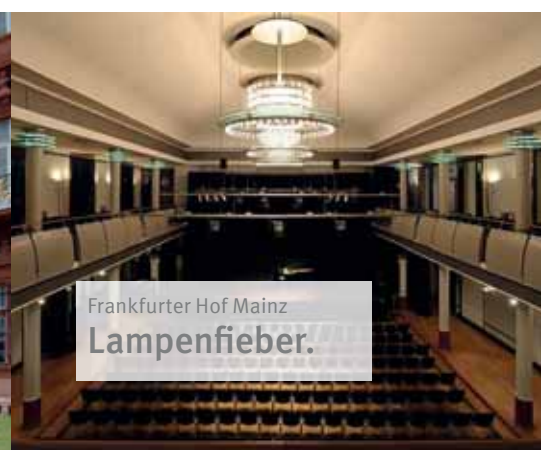
www.mainz-congress.com
congress@mainzplus.com



Rheingoldhalle Mainz
Wandlungsfähig.



Kurfürstliches Schloss Mainz
Fürstlich.



Frankfurter Hof Mainz
Lampenfieber.

Marriott-Doppelack in München empfiehlt sich für die MICE-Branche

In der Nähe zum Englischen Garten befinden sich die zur Marriott-Gruppe gehörenden Häuser Sheraton Arabella Park und Westin Grand. Die beiden Fünf-Sterne-Häuser stehen sich direkt gegenüber und verfügen gemeinsam über insgesamt 1073 Zimmer und 35 Veranstaltungsräume.



DIESE BEEINDRUCKENDEN ZAHLEN machen das Marriott-Doppel zur größten Hotel-Event-Location Süddeutschlands. Schon auf den ersten Blick liegt nahe, dass sich Planer hier nach Lust und Laune austoben können – von kleineren Boardmeetings in gemütlicher Atmosphäre bis hin zur großen Konferenz mit korrespondierender Zimmerkapazität.

Ein weiterer Vorteil beider Häuser ist die unmittelbare Nähe zur Münchner Innenstadt, die in nur wenigen U-Bahn-Minuten erreichbar ist.

22 Stockwerke Westin-Qualität

Gediegen präsentiert sich das Westin Grand schon in der großzügigen Lobby, die als Herzstück alle Bereiche des Hauses miteinander verbindet. So sind sowohl die Zimmer und die Restaurants als auch die Konferenzräume von hier aus erreichbar.

Der Konferenzbereich des Westin erstreckt sich über 4.484 Quadratmeter und ist in 24 Veranstaltungsräume aufgeteilt. Die größten Kapazitäten finden sich klassischerweise im großen Ballsaal, der eine Maximalkapazität von bis zu 1.070 Personen aufweist. Der fast säulenfreie Saal lässt sich aufgrund seiner Konfiguration für nahezu jede Veranstaltungsart bespielen und bietet mit seinen holzvertäfelten Wänden immer den richtigen Rah-

men. Wer hier eine Konferenz organisiert, kann außerdem auf 15 Breakout-Räume zurückgreifen.

Für den geruhlichen Schlaf in einem der 627 Zimmer und Suiten sorgen die Heavenly Beds, die ein Standard der Westin-Häuser sind. Um am Morgen gut in den Tag zu starten, öffnet das Restaurant Zen zum Frühstück für die Gäste. Das lichtdurchflutete Restaurant, das sich auf Lobby-Ebene befindet, verfügt über ausreichend Platz für alle Gäste des Hauses. Eine Etage tiefer liegt dann das Hauptrestaurant. Im Paulaner's Wirtshaus & Beer Garden werden original bayerische Spezialitäten angeboten. Die urige Atmosphäre des Restaurants mit seinem Gewölbe eignet sich auch hervorragend für kleinere Gruppen, denn die einzelnen Tische sind meist in Nischen eingepasst und somit auch entsprechend voneinander separiert.

Direkt gegenüber

Wem die Kapazitäten im Westin nicht reichen sollten, der kann zusätzlich das Sheraton Arabella Park in die Planung einbeziehen. Nur durch eine Straße getrennt finden Planer hier weitere 446 Zimmer und Suiten sowie ein Konferenzzentrum.

Erst kürzlich wurden alle Zimmer des Hauses einer Komplettrenovierung unterzogen und binnen weniger Monate

auf den neuesten Standard gebracht und präsentieren sich nun in einem zeitlosen Design, das von Grau-, Beige- und Metalltönen geprägt ist. Die Renovierung der Zimmer war der letzte Schritt im Renovierungszyklus des gesamten Hauses, das nun für die Zukunft gut gerüstet ist.

Wie auch im Westin Grand finden sich im Sheraton zwei Restaurants, die entweder für das Frühstück oder für Mittag- und Abendessen öffnen.

Eigener Konferenzbereich

Etwas zurückgesetzt, und somit vom normalen Hotelbetrieb ungestört zu bespielen, liegt der 1.989 Quadratmeter große Konferenzbereich des Sheraton, der sich auf zwei Ebenen verteilt. Beide Etagen verfügen jeweils über ein eigenes Foyer und erlauben dadurch sogar Parallelveranstaltungen.

In puncto Kapazität rangieren die insgesamt 13 Veranstaltungsräume zwischen 8 und 456 Personen. Die maximal 12 Breakout-Räume stehen hierzu in einem ausgeglichenen Verhältnis. (ag)



Alle 446 Zimmer im Sheraton Arabella Park sind erst kürzlich renoviert worden. Fotos: Marriott



Mehr als 1.000 Quadratmeter stehen Planern im Ballsaal des Westin Grand zur Verfügung.

Oliver Heldt – General Manager des Courtyard by Marriott München Garching und des Science Congress Center Munich:

Die schützende Hand über allen

Die Bierwirth & Kluth Hotelmanagement GmbH (B&K) eröffnet Ende 2019 drei neue Häuser am Standort Garching bei München: Das Courtyard by Marriott München Garching, das Science Congress Center Munich sowie das Stellaris Apartment Hotel. Ein General Manager, der immer auf der Suche nach authentischen Talenten ist, stellt sich vor.

Sie sind ja nicht als General Manager geboren – wie sah denn Ihr beruflicher Werdegang aus?

Ich wurde weiß Gott nicht als General Manager geboren und habe schon in frühen Jahren eine Ausbildung zum Koch absolviert. Was ich damals in der Hotelküche gelernt habe, hilft mir auch heute noch, denn wenn du eine Kochausbildung gemacht hast, ist das eine Ausbildung für das Leben. In der Küche lernt man, sich zu organisieren, unter großem Druck zu arbeiten, schnell zu sein und als Teil eines Orchesters zu funktionieren. Nach der Ausbildung wechselte ich in den Rooms-Bereich, wo ich als Page angefangen, mich inklusive eines langen Aufenthalts in Genf und Lausanne langsam, aber sicher hochgearbeitet und dann leitende und führende Positionen in der Berliner Hotellerie eingenommen habe. Dabei war und ist es mir immer sehr wichtig, die meiste Zeit mit Menschen zu verbringen. Meinen Führungsstil nenne ich „Management by walking“, der mir den direkten persönlichen Kontakt zwischen der Unternehmensführung, den Gästen und besonders den Mitarbeitern über sämtliche Hierarchieebenen hinweg ermöglicht.

Warum kommen Sie morgens gerne zur Arbeit?

Meine Motivation ist natürlich unser Projekt auf dem Campus in Garching, das nun Ende 2019 eröffnen wird. Das Pre-Opening ist für mich eine sehr spannende Herausforderung, bei der wir alle die Möglichkeit haben, etwas Einzigartiges zu gestalten und mit den verschiedenen Fähigkeiten und Expertisen, die aus dem Team kommen, ein neues, noch nicht da gewesenes Produkt auf dem Markt zu positionieren. Das Team besteht durch die Bank aus Pionieren, die durch ihren Einsatz ihr Hotel mitgestalten können.

Das Courtyard by Marriott München Garching und das Science Congress Center Munich bieten das Beste aus zwei Welten: einmal die Welt von Marriott, die als weltweit größte Hotelkette ein sicherlich sehr interessanter Arbeitgeber ist. Mitarbeitern von Marriott stehen, wenn sie die richtigen Skills mitbringen, auf der ganzen Welt Tür und Tor für eine spannende, interessante Karriere offen. Besonders stolz ist Marriott



General Manager Oliver Heldt (l.); Science Congress Center Munich (r.)

auf das Hauptcredo „Putting People first“, was für die Gäste und natürlich besonders für die Mitarbeiter gilt. Zum anderen ist dies auch besonders stark in der Welt von Bierwirth & Kluth verankert und Werte wie Empathie, Respekt und Innovation werden durchweg auf allen Ebenen gelebt. Bierwirth & Kluth ist einer der größten Franchisenehmer von Marriott in Deutschland. In der Seele ist Bierwirth & Kluth aber ein Familienbetrieb geblieben, bei dem man sich auf kurzem Dienstweg, auf Augenhöhe und mit viel Respekt begegnet.

Welche Werte leben Sie vor?

Für mich stehen das Team und ein gutes, vertrauensvolles Arbeitsklima an erster Stelle. Durch ein gutes, motiviertes Team, das das Herz am richtigen Fleck hat, kommen zufriedene und treue Gäste „quasi“ fast von allein. Ich betrachte das Team sozusagen als Familie, die gemeinsam durch gute und schlechte Zeiten geht, die Verständnis füreinander hat und gemeinsam durch alle Disziplinen am Erfolg des Unternehmens arbeitet und sich über diesen freut. Gegenseitiges Vertrauen, Respekt, Transparenz und Verständnis sind ein Muss für eine gute Teamführung. Im Alltag sind Professionalität und Qualität sehr wichtig, aber Freude und Begeisterung sowie eine gute Portion Humor sind der Schlüssel zum Erfolg.

Gerne vergleiche ich meine Aufgabe als General Manager mit der eines Dirigenten, der ein „wohltemperiertes Orchester“ diri-

giert. Das Zusammenarbeiten verschiedener Kulturen sehe ich als absolute Bereicherung für unser Team.

Wir haben im Vorgespräch erfahren, dass Sie immer motiviertes Personal suchen. Was erwartet die Bewerber bei Ihnen?

Die Bewerber erwartet, wie ich schon eingangs erwähnt habe, ein sehr gutes Arbeitsklima, eine spannende Tätigkeit, bei der man durch seinen Einsatz auch viel zum Erfolg direkt beitragen kann.

Wir sind auch sehr daran interessiert, Seiteneinsteiger in unser Team aufzunehmen. Weiterbildung wird bei uns sehr groß geschrieben und so bieten wir von Bierwirth & Kluth, aber auch von Marriott verschiedene Seminare, E-Learnings und andere Maßnahmen an. Wer bei uns anfängt, kann bei entsprechender Eignung mit uns seinen Karriereweg planen, sei es in unserem Projekt in Garching, in unseren Schwesterhäusern von Bierwirth & Kluth oder bei Marriott. Eine lange vertrauensvolle Zusammenarbeit liegt uns sehr am Herzen.

Ein gesunder Ausgleich zum stressigen Berufsalltag ist wichtig. Wo verbringen Sie Ihre Freizeit am liebsten?

Wenn es die Zeit erlaubt, reise ich sehr gerne. Sei es in die Berge, dort sind die Dolomiten mein Favorit. Man findet mich aber auch oft in Portugal, das für mich quasi schon zur zweiten Heimat geworden ist. Gerne lerne ich auch Demut auf dem Golfplatz und besuche Konzerte jeglicher Art. (red)

Manchmal muss man über den Tellerrand hinausschauen ...

In diesem Jahr hat das Berliner Spindler & Klatt mehrere Events in Kooperation mit Daimler realisiert. Jedoch ging es nicht nur um die erfolgreiche Umsetzung der Events, sondern auch um eine gleichberechtigte Partnerschaft beziehungsweise Kooperation. Im Gespräch mit Anja Lehner, Head of Corporate Sponsoring & PR /COM bei der Daimler AG, Raphael Hauck, Leitung Events & Marketing bei der 24/7 Event GmbH, und Lillemor Mallau, Managing Director der Starlounge GmbH, wird deutlich, dass es bei einer erfolgreichen Kooperation auf viele verschiedene Faktoren ankommt.



Frau Lehner, können Sie uns kurz den konzeptionellen Ansatz hinter den „be_a_mover“-Salons erklären?

Anja Lehner: Mit den „be_a_mover“-Salons setzen wir ein Zeichen in Richtung unserer Firmenstrategie bei Daimler: handeln, entwickeln, verbessern, voranbringen. In der Zusammenarbeit mit unseren progressiven und kreativen Movern – wie den Bloggern der Dandy Diaries, dem jungen Stern am Kunsthimmel Leon Löwentraut, dem Multitalent Franz Dinda oder Ruby O Fee, Constantine von Jascheroff, Claudia Eisinger und Oliviere – unterstützen wir ihre Projekte und setzen ein Zeichen Richtung Nachhaltigkeit. Dabei bieten wir eine moderne Plattform im Spindler & Klatt, die viel Platz zum Austausch zwischen den Gästen, unserem Team, den Werken der einzelnen „Movern“ und der Presse bietet.

Für die „be_a_mover“-Salons ist das Spindler & Klatt der perfekte Partner,

nicht nur von der attraktiven Lage und der großzügigen Möglichkeit, Fahrzeuge zu präsentieren, sondern auch vom Spirit der Betreiber und der Professionalität des Teams her.

Inwieweit ist das „Spindler & Klatt“ in die „be_a_mover“-Eventreihe von Daimler involviert?

Raphael Hauck: Das Spindler & Klatt ist Kooperationspartner von Daimler bei dieser Eventreihe. Wir begleiten das Event von Anfang an auf zwei verschiedenen Ebenen: zunächst einmal bei der Planung und Durchführung, mithilfe unseres hausinternen Event-Teams. So können Fragen auf Kundenseite schnell und unkompliziert beantwortet, Verfügbarkeiten geprüft sowie weitere Details zu Ablauf oder Setup geklärt werden. Da wir den Kunden und das Team um Anja Lehner bei Daimler inzwischen gut kennen, verstehen wir auch die speziellen Anforderungen und können sehr kurzfristig vor Ort noch nötige Verän-

derungen umsetzen. Manche Dinge, wie beispielsweise die Ausleuchtung eines Fahrzeugs, lassen sich vorab immer nur theoretisch klären; zumindest, wenn man den Aufwand für beide Seiten vertretbar halten will. Dadurch kommt es manchmal dazu, dass wir in letzter Minute noch Änderungen vornehmen müssen. Manchmal sind es allerdings genau diese Kleinigkeiten, die am Ende positive Auswirkungen auf das gesamte Event haben.

Wir versuchen, aktiv im Interesse des Kunden – und in diesem Fall unseres Kooperationspartners – „mitzudenken“. Das Spindler & Klatt zeichnet sich gerade dadurch aus, dass die Location an sich schon eine sehr große Flexibilität bietet und das interne Event-Team die Möglichkeiten der Location optimal auszuschöpfen weiß.

Lillemor Mallau: Die zweite Ebene wird hauptsächlich von mir bearbeitet: Ich unterstütze das Team von Daimler und der

Agentur A & C Media um Elena Kleiber nicht nur durch meine Erfahrung im konzeptionellen Event-Management, sondern auch aktiv mit meinen Kontakten beim Teilnehmer-Management.

Durch meine langjährige Tätigkeit im Film-, Medien- und Event-Bereich kann ich auf gute Kontakte in diesen Branchen zurückgreifen. So hat es mich sehr gefreut, dass zum Beispiel Wolfgang Joop,

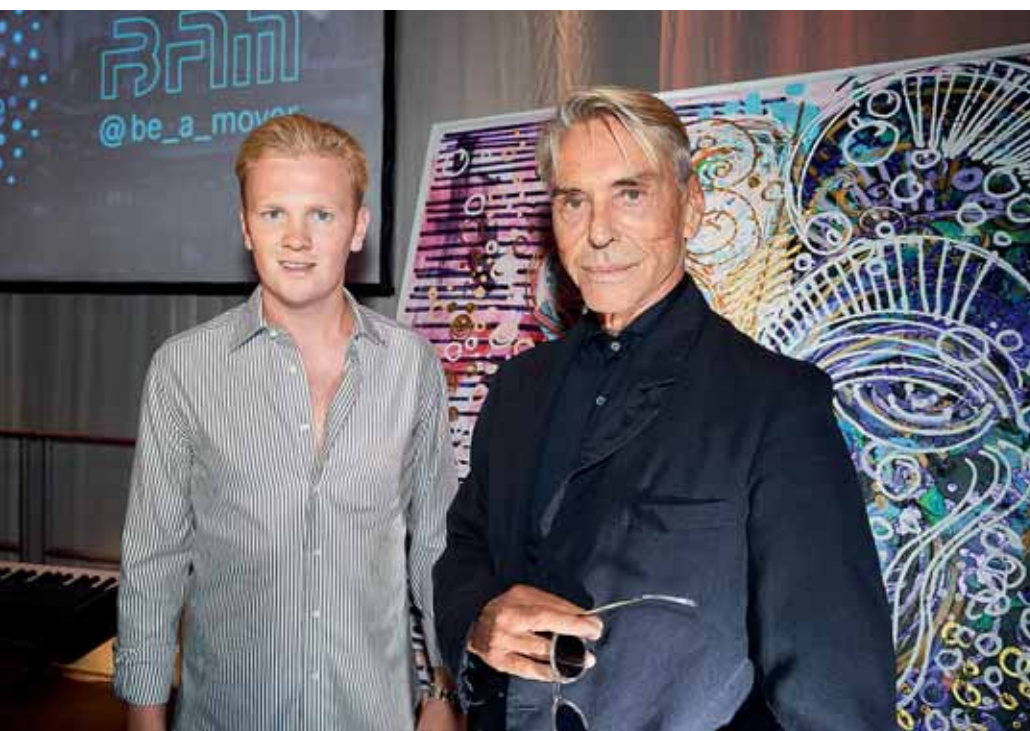
Wie kam die Kooperation zwischen Spindler & Klatt und Daimler für die „be_a_mover“-Salons zustande?

Raphael Hauck: Wir arbeiten seit einiger Zeit mit Lillemor zusammen, um unsere Kommunikation insbesondere im MICE-Bereich zu verstärken: So haben wir 2018 und 2019 vermehrt an wichtigen Branchenmessen wie der IMEX in Frankfurt oder der BOE in Dortmund teilgenom-

Hauptstadt. Zusätzlich ist das Spindler in der Club- und Restaurantszene eine feste Größe. Aus all diesen Gründen passt die Kooperation mit Daimler hervorragend – eine klassische Win-win-Situation also.

Wie sieht dieses Win-Win denn auf Seiten des Spindler & Klatt genau aus?

Lillemor Mallau: Das Event bietet für uns großartige Möglichkeiten, professionel-



Nanna Kuckuck, Cordula Kablitz, Britt Kanja und GABO unter den prominenten Gästen bei diesen Veranstaltungen waren. All diese tollen, kreativen Menschen sind für uns „mover“ und passen daher hervorragend in das Konzept der Veranstaltungsreihe.

Das Spindler & Klatt ist durch den Background des Inhabers Jesko Klatt, der ebenfalls lange Jahre in der Filmbranche tätig war, eine feste Größe. Viele große Events, unter anderem diverse Premieren wie zum Beispiel Batman Begins oder Syriana sowie etliche Till-Schweiger-Filme, fanden hier den Weg auf die große Leinwand. Aber auch Award-Veranstaltungen wie „New Faces Film“ entscheiden sich immer wieder für das Spindler & Klatt. Deshalb fällt es mir auch leicht, diese Gäste zu dem spannenden Format von Daimler einzuladen und die Gäste unterstützen uns vom Spindler & Klatt gerne bei der Content Gewinnung.

men, eine Teilnahme an der IBTM in Barcelona ist in Planung. Teil der Strategie ist es, bei uns organisierte Veranstaltungen – sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich – für die Öffentlichkeit sichtbar zu machen und Content, der aus ebendiesen Veranstaltungen heraus entsteht, für uns zu nutzen.

Lillemor Mallau: Ich kenne das Team um Elena Kleiber (Agentur Daimler) schon länger. Mich hat das enorme Content-Potenzial des Events interessiert. Da das Spindler & Klatt eine der wenigen Locations in Berlin ist, die drei und mehr Fahrzeuge problemlos im Innenbereich präsentieren kann und dabei trotzdem ihren urbanen, Berlin-typischen Charme behält, können wir uns im Zusammenhang mit diesem Event einzigartig präsentieren. Die Kombination aus Industrie-Design, der Flexibilität der Location und der Lage direkt an der Spree machen das Spindler & Klatt zu einer der interessantesten Venues in der

len Content zu generieren, den wir wiederum in unseren Kanälen und mit unserem Branding versehen nutzen können. Dies ist uns bei vielen hochkarätigen Veranstaltungen aus Gründen der Diskretion oder der Datenschutzverordnung nicht möglich, ganz gleich, ob es sich dabei um Promi-Fußballer-Hochzeiten, Filmpremieren mit deutscher Prominenz oder internationale Produktvorstellungen handelt. Deshalb habe ich Raphael und dem Spindler & Klatt die Kooperation als Teil der Kommunikationsstrategie des Hauses vorgeschlagen.

Raphael Hauck: Bei den „be_a_mover“-Salons werden wir in der Verwertung des Contents von allen beteiligten Teams sowie Lillemor großartig unterstützt. Darüber hinaus haben wir viele Freiheiten, wie wir den Content spielen. Eine Fortsetzung der Kooperation in 2020 ist bereits in Planung. (ag)

(Fotos: Yves Sucksdorff)



Vom alpinen Bergland ins mediterrane Tal: Die einzigartige Region Südtirol begeistert durch ihre reizvollen Kontraste. Foto Shutterstock. Foto: canadastock/shutterstock

Meet Südtirol:

Ein Geheimtipp mit großem MICE Potenzial | von Mali Karbach

Kontrastreiche Landschaften, traumhafte Locations und echte Südtiroler Powerfrauen sorgten bei diesem außergewöhnlichen FAM-Trip für unvergessliche Momente. Diesmal hieß es Ladies only – und so bin ich zusammen mit sieben weiteren MICE-Frauen der Einladung von Tanja Knecht und Karin Lorefice gefolgt, um vier Tage lang die Destination Südtirol näher kennenzulernen.

GANZ IM NORDEN von Italien und am Südbalkon des Alpenhauptkamms erstreckt sich Südtirol auf einer Fläche von 7.389 Quadratmetern, von denen 80 Prozent Gebirge sind und nur 6 Prozent als besiedelbar gelten. Eine Region, die an Facettenreichtum kaum zu übertreffen ist: Von den wilden Felsformationen des UNESCO-Welterbes Dolomiten in der Höhe über romantische Reblandschaften im Tal bis hin zu modernster Architektur unter historischen Bauten steckt Südtirol in jeder Hinsicht voller Kontraste. Mindestens genauso vielseitig ist auch das Freizeitangebot, das hervorragend als

MICE-Rahmenprogramm mit eingebunden werden kann. 1.120 Pistenkilometer sowie sieben Naturparks und ein Nationalpark beherbergen einzigartige Kulturlandschaften und laden das ganze Jahr über zu spannenden Aktivitäten ein.

Zwischen drei Sprachen, Apfelstrudel und Spaghetti, Tradition und Innovation sowie Palmen und Schnee verschmelzen alpine Bodenständigkeit und mediterrane Gelassenheit hier zu einem ganz individuellen Südtiroler Way of Life. Zu den Vorzügen der Region zählen sicherlich auch die höchste Dichte an Sternerestaurants in Italien, jede Menge

prämierte Weine und 300 Sonnentage im Jahr.

Vor allem für ausgewählte High-End-Veranstaltungen, Tagungen und Incentives mit kulinarischem und naturverbundenem Fokus ist die autonome Provinz großartig geeignet.

Aber alles auf Anfang:

Tag 1 – Vom quirligen München ins beschauliche Oberbozen

Treffpunkt des Ladies-only-MICE-FAM-Trips war das Sofitel am Münchner Hauptbahnhof. Hier durfte ich die anderen Teilnehmerinnen kennenlernen und

mich gemeinsam mit ihnen ins Abenteuer Südtirol stürzen. Begleitet wurden wir während unserer spannenden Reise von den beiden Initiatorinnen Tanja Knecht von Knecht PR & Consulting und Karin Loreface von der IDM Südtirol.

Zur Einstimmung auf die kommenden Tage gab es für uns eine Lunch-Box voller Südtiroler Köstlichkeiten. Gewappnet für die Fahrt, ging es mit dem Kleinbus über den Brenner hin zu unserem ersten Halt, dem Feuerstein Family Nature Resort im idyllischen Pflersch.

In einmaliger Lage, ganz am Ende des Pflerschtals und eingefasst von den Hausbergen Feuerstein und Tribulaun, befindet sich das moderne 5-Sterne-Hotel. Im Jahr 2017 wurde das Resort umfassend renoviert und erstrahlt nun im puristischen und zeitlosen Design. Die Idee des Feuersteins ist es, Business und Familie an einem Ort zu vereinen. Die unterschiedlichsten Räumlichkeiten des riesigen Hotelareals (wie etwa die Turnhalle oder ein Spielzimmer) können daher auch für MICE-Zwecke umfunktioni-ert werden.

Für Entspannungsmomente im Feuerstein sorgt Silberquarzit-experiences-Gründerin Kornelia Schwitzer. Durch ihre tiefe Verbundenheit mit der rauen Natur ist sie vor 15 Jahren mit dem kostbaren Rohstoff Silberquarzit in Berührung gekommen. Seitdem entwickelt sie einzigartige Wellnessbehandlungen und Produkte auf Grundlage traditioneller Heilanwendungen und vermittelt diese für exklusive Hotels und Heilpraktiker. Kornelia schafft einen Ort der Transformation, Vitalisierung und Erholung für gestresste Menschen und hilft ihnen, ihre Wahrnehmung zu intensivieren. Daher eignen sich ihre Behandlungen auch hervorragend als Einstiegserlebnis bei Geschäftsreisen. Wir durften in einer 10-minütigen Einzelsitzung persönlich erfahren, wie entschleunigend und ausgleichend auch schon eine kurze Anwendung bei ihr wirkt. Als „Silberquarzit Moments“ wird sie diese verkürzte Variante künftig in ihr Programm mit aufnehmen.

Nachhaltig beeindruckt fuhren wir weiter Richtung Oberbozen. Zuseiten wilder Bäche und malerischer Weinberge ging es hinauf auf 1.200 Höhenmeter. Auf dem Rittner Hochplateau angekommen, genießt man von Oberbozen eine beeindruckende Aussicht auf die umliegenden Berge.

Am Abend wartete ganz nach dem Motto „Nostalgie trifft auf Genuss“ ein wahres Incentive-Highlight auf uns. Mit dem historischen Jugendstilwagen der Rittner Bahn begaben wir uns auf eine unterhalt-same Musik- und Genussreise. Entlang des Bergpanoramas machte die Bahn an insgesamt fünf Stationen Halt. An jeder Station servierte ein Rittner Gastwirt jeweils einen Gang mit ausgesuchten Weinen und Gourmet-Apfelsäften. Während der gesamten Fahrt sorgte ein Musikensemble mit musikalischer Begleitung für Stimmung. Ein Erlebnis, das sich optimal für größere wie auch kleinere Gruppen gestalten lässt. Auch ein exklusives Chartern der historischen Bahn ist möglich, muss aber mit dem örtlichen Tourismusverein abgeklärt werden, da die Personen-

Guesthouse zu einem Wohlfühlort. Das Haus besticht aber nicht nur durch einen unverwechselbaren Stil, auch das Rooftop-Spa ist extravagant. Neben einer Sauna mit bodentiefen Fenstern sorgt ein Infinity Pool, der über das Dach gen Horizont ragt, für unvergessliche Momente.

Tag 2 – von alpinen Höhen ins mediterrane Tal

Tag zwei startete mit einem herrlichen Blick auf das Panorama der Südtiroler Berge. Noch leicht verschlafen präsentiert sich Oberbozen in den frühen Morgenstunden in seiner vollen Schönheit.

Nur wenige Meter vom Gloriette Guesthouse entfernt liegt das Parkhotel Holzner. Seit über hundert Jahren bietet das Haus Erholung für Groß und Klein.



Von der Sauna im Gloriette Guesthouse in Oberbozen genießt man einen Panoramablick auf die Berge, die Rittner Bahn und die Bergstation der Seilbahn. Foto: Tiberio Sorvillo

transportlinie des öffentlichen Nahverkehrs auf der gleichen Schiene verkehrt.

Glücklich, satt und mit vielen positiven Eindrücken im Gepäck hatten wir es nach dem Absacker am Bahnhof Oberbozen nicht weit zu unserer Unterkunft Gloriette Guesthouse. Das geschmackvolle 4-Sterne-Hotel mit 25 Zimmern setzt ein architektonisches Statement. Das moderne Schmuckstück wurde 2018 neu errichtet; bewusst bediente man sich hier lokal vorkommender Elemente wie des traditionellen Walmdachs. Auch im Inneren gibt es einiges zu entdecken: Fotogene Sprüche an den Wänden, lässige Accessoires und inspirierende Ideen, wie die Trust Bar, bei der sich jeder Gast auch nachts noch einen eigenen Drink mixen kann, machen das familiengeführte

Eine authentische Mischung aus Tradition und Moderne machen den Charme des Hauses aus. Direkt an der Bergstation der Rittner Seilbahn gelegen, verfügt es über eine hervorragende Anbindung an das Zentrum von Bozen. Egal ob für Firmenevents, Geschäftsessen, Seminare oder als Unterkunft – die Räumlichkeiten des Parkhotels eignen sich besonders für Events im kleinen, aber besonderen Rahmen.

Im Salon und Lesesaal finden bis zu 25 Personen Platz. Die geschmackvolle Jugendstil-Einrichtung und viel Tageslicht regen zu produktiven Meetings, Besprechungen oder Präsentationen an. Das moderne und gemütliche Restaurant Anno 1908 ist der ideale Ort für Familienfeiern, Firmenessen und Bankette bis



Die gemütliche Stube des Mitterstillers ist der perfekte Rückzugsort für das Entwickeln neuer Perspektiven.
Foto: Mitterstiller

← 30 Personen. Im Gegensatz zum Jugendstil-Restaurant, das für 70 Personen ausgelegt ist, kann es ebenfalls für Tagungszwecke bespielt werden.

Eine Parkfläche von 10.000 Quadratmetern und das neu sanierte Liberty Spa tragen zudem zu erholsamen Pausen zwischen anspruchsvollen Business Units bei.

Eine kurze Fahrt mit dem Bus brachte uns zur nächsten Location, dem Mitterstiller Dolomites Relais, wo uns Kathrin, die Schwester der Besitzerin Helene, empfing. Inmitten von Apfelhainen und hoch auf dem Berg bietet der Anblick den perfekten Rückzugsort für Kreativprojekte. Innen wie außen umgibt den neu restaurierten Hof eine einzigartige Energie. Im Garten kann zwischen Obststräuchern und Bäumen gebrainstormt oder eine Runde im Pool geschwommen werden, während im Inneren eine Sauna und eine gemütliche Stube aus dem 15. Jahrhundert zum Verweilen einladen. Fünf individuell und geschmackvoll eingerichtete Zimmer stehen für Übernachtungsgäste bereit. Mit viel Liebe haben Helene und ihr Mann Thomas das alte Bauernhaus vor dem Zerfall gerettet und komplett neu belebt. Sie selbst und ihre Kinder wohnen im Erdgeschoss des Mitterstillers, vermieten das restliche Haus aber auf Wunsch auch exklusiv an Gruppen.

Nach der sympathischen Begegnung mit Kathrin ging es im Anschluss weiter zur starken Südtiroler Persönlichkeit Elisabeth Unterhofer. Fernab vom Alltagsstrubel führte sie uns zu ihrer Hütte

auf dem Salten, um uns die Welt der Heilkräuter inmitten ihrer Lärchen näherzubringen. Seit Jahren beschäftigt sie sich mit der heilenden Kraft von Pflanzen, gewinnt in limitierter Menge Lärchenharz und veredelt diesen in ihrer eigenen Produktlinie LaRicina. Ein respektvoller Umgang mit der Natur steht für sie dabei an erster Stelle. In verschiedenen Kursen und Workshops vermittelt Elisabeth unter anderem ihr spannendes Wissen über wilde Kräuter und lehrt, wie man sie richtig verarbeitet. Die Teilnehmer können den Alltagsstress hinter sich lassen und die besondere Energie spüren, die eine Begegnung in der Natur mit sich bringt.

Entspannt, gestärkt und verzaubert von Elisabeths Aura erreichten wir unser finales Ziel des Tages: die lebendige Kurstadt Meran. Die zweitgrößte Stadt Südtirols ist geprägt von zahlreichen Grünflächen und Wasserläufen und begeistert durch ihr mediterranes Flair. Hier trifft Kultur auf Tradition und Genuss. Verschiedene Veranstaltungen sorgen das ganze Jahr über für ein vielseitiges kulturelles Ange-

Im Tagungshotel Terme Meran lässt sich work & relax perfekt verbinden. Foto: Hotel Terme Meran

bot. Das Stadtbild besticht durch mittelalterliche Laubengänge, eine urbane Altstadt und historische Prachtbauten aus der Belle Époque, wie etwa das Kurhaus und das Stadttheater von Meran:

Direkt an der Passerpromenade und im Zentrum gelegen, eignen sich die traditionsreichen Locations für glanzvolle Veranstaltungen von 20 bis 1.060 Personen. Die insgesamt 11 Räumlichkeiten im Kurhaus lassen Planern Spielraum für Events jeder Größenordnung. Der prunkvolle Kursaal im Jugendstil ist das Herzstück des Hauses. Viel Tageslicht und eine hervorragende Akustik machen ihn besonders beliebt. Zur Ausstattung gehören eine Bühne, eine Galerie, mehrere Garderoben und eine gastronomische Einrichtung. Wie auch der Spiegelsaal Pavillon des Fleurs ist er unter anderem bestens für Tagungen, Messen, Konzerte, Bälle und Bankette geeignet. Beide Räumlichkeiten verfügen über großzügige Terrassen, die sich zur Promenade der Passer hin erstrecken und zusätzlich bespielt werden können. Weitere kleinere Räume bieten sich für Meetings, Ausstellungen oder Tagungen im eleganten Rahmen an. Die Empfangshalle Rotunde mit Säulen aus Kunstmarmor, einer Lampeninstallation, die an einen Sternenhimmel erinnern soll, und zarten Malereien eignet sich besonders für festliche Empfänge oder als Pausenbereich.

Das angrenzende Theater Meran wurde in den Jahren 1900 bis 1901 innerhalb von nur 14 Monaten erbaut und ist das einzige historische Theater in Südtirol. Die Theaterbestuhlung von 296 Sitzplätzen erstrahlt in lachsfarbenen Samt. Kunst-





Eingebettet in die hauseigenen Weinberge liegt das größte Gut Elena Walchs – die VIGNA Castel Ringberg. Foto: Weingut Elena Walch

voller Stuck und goldener Dekor machen das Haus zu einem charmanten Ort für Theater- und Musikveranstaltungen, Tagungen, Filmvorführungen, Lesungen oder Kongresse. Im ersten Stock befindet sich eine Theaterbar samt Terrasse und Foyer, die ebenfalls mit einbezogen werden können.

Zur Übernachtung ging es auf die gegenüberliegende Passerseite zum Hotel Terme Meran. Gemeinsam mit der angrenzenden Terme bietet das Areal durch seine moderne Architektur einen reizvollen Kontrast zu den vielen Jugendstilbauten der Stadt. Sechs variable, klimatisierte und mit moderner Technik ausgestattete Seminarräume halten Platz für bis zu 230 Personen bereit. Ein breit gefächertes kulinarisches Angebot und ein riesiges Rooftop-Spa mit umfassenden Wellness-Angeboten tragen zur entspannten „work & relax“-Philosophie des Hauses bei. Vom Infinity Pool aus lässt sich ein Panoramablick auf das Bergland und das zu Füßen liegende Meran genießen.

Tag 3 – Von der historischen Kurstadt Meran in die Südtiroler Landeshauptstadt Bozen

Nach einer vitalisierenden Yoga-Session auf dem Dach des Hotels und einem anschließenden Frühstück machten wir uns gespannt auf den Weg zu Sterneköchin Anna Matscher.

In ihrem Restaurant zum Löwen in Tisens erwartete sie uns bereits zu

einem ihrer Kochkurse. Innerhalb von 10 Jahren kochte sich die gelernte Masseurin in den gastronomischen Sternhimmel. Mit frischen saisonalen Produkten, die sie teilweise in ihrem eigenen Garten anpflanzt, stellt Anna vegetarische Gerichte wie auch Menüs mit Innereien zusammen. Hervorragende Zutaten, eine noch hervorragendere Köchin und eine ehemalige Scheune als Restaurant machen das gemeinsame Kochen und die anschließende Menüverkostung zu einer unvergesslichen Erfahrung.

Im Anschluss entführten uns Tanja und Karin auf eine Weinsafari. Es ging zum Weingut Elena Walch, wo Frauenpower in der Familie liegt. Elena und ihre beiden Töchter führen das Unternehmen und gehören zur Elite italienischer Weinproduzenten. In ihren modernen Gärkellern stellen sie mit internationalem Erfolg die prämiertesten Weine Italiens her. Tochter Karoline gab uns eine Führung durch die Weinkeller des Gutes und interessante Einblicke in den Herstellungsprozess.

Zum Besitz der Walch-Familie gehört neben der Winery und einem Bistro in Tramin auch das Castel Ringberg in Kaltern. Das romantische Renaissance-Schloss ist der perfekte Ort für feine Events. Von der Terrasse aus kann man den Blick über die Weinberge der Familie und den nahe gelegenen Kalterer See schweifen lassen. Im Inneren des charmanten Anwesens befinden sich eine kleine Gutsschenke, ein Barriquee Keller und ein Weinverkauf. Für Hochzeiten,

Firmenfeiern oder Tagungen können zwei Stuben und ein lichtdurchfluteter Festsaal angemietet werden. Zusätzlich werden regelmäßig Führungen durch die angrenzenden Weinberge mit anschließender Weinverkostung angeboten.

Noch nicht genug Highlights an einem Tag, durften wir uns gegen späten Nachmittag auf ein Gespräch mit Reinhold Messners Tochter Magdalena im MMM Messmer Mountain Museum Firmian auf Schloss Sigmundskron bei Bozen freuen. Im Jahr 2006 eröffnete der Extrembergsteiger das Museum, das die Auseinandersetzung zwischen Mensch und Berg thematisiert.

Nach Museumsschließung besteht die Möglichkeit, das Gelände exklusiv für Veranstaltungen zu mieten. Verschiedene Outdoor-Areale, wie zwei großzügige Innenhöfe mit Bühnen, Gartenterrassen, ein Felsentheater und Kino sowie ein Rittersaal im Inneren des Museums sind außergewöhnliche Kulissen für große und kleine Events. Auch Incentives mit Reinhold Messner sind in Form einer Bergwanderung, eines Vortrags, einer Museumsbesichtigung oder eines gemeinsamen Abendessens mit ihm möglich.

Nachdem wir selbst das beeindruckende Museumsgelände erkunden durften, fuhren wir weiter ins Zentrum der Landeshauptstadt Bozen. Eingebettet zwischen Weingärten und Obstwiesen und mit Blick auf die Gipfel der Dolomiten, versprüht die Stadt ein alpin-mediterranes Lebensgefühl. Typisch italienisch ließen wir den Abend bei Pizza und guten Gesprächen auf dem Waltherplatz mitten in Bozen ausklingen.

Die letzte Nacht des FAM-Trips verbrachten wir im Parkhotel Laurin, das nur ein paar Gehminuten vom Waltherplatz entfernt liegt. Ein traditionelles Hotel mit legendärer Parkanlage – unter Mammutbäumen kann hier mit maximal 250 Personen gefeiert werden. Die stilvollen Tagungsräume bieten Platz für bis zu 190 Personen. Vom kleinen Meetingraum bis hin zum großen Festsaal findet sich im Laurin für jedes Event das passende Ambiente. Edle Stoffe, Möbel aus der hoteleigenen Tischlerei und eine historische Architektur vereint mit der neuesten Technik schaffen ideale Voraussetzungen für elegante Veranstaltungen.





Tag 4 – Von Bozen über die Dolomiten zurück nach München

Der letzte Tag hielt dann noch eine sportliche Überraschung für uns bereit: Es ging in die Dolomiten, wo die Bergführer Diego & Franz Zanesco warteten, um uns zum Sissi-Felsen zu führen. Bei einer Klettertour mit den beiden durften wir, umgeben von rauer Natur, den atemberaubenden Felsen hautnah erleben. Eine Erfahrung voller Adrenalin, Euphorie und aktivem Miteinander, die den Zusammenhalt der Gruppe noch einmal mehr festigte.

Nur wenige Fahrminuten vom Sissi-Felsen entfernt, am Fuße des Rosengartens in Tiers, liegt der Cyprianerhof. Das 5-Sterne-Wanderhotel ist der perfekte Ausgangspunkt für Berg- und Erlebnistouren. Im Sommer veranstaltet das Hotel

Die Terrasse des Cyprianerhofs bietet eine fantastische Aussicht auf den Rosengarten der Dolomiten. Foto: Helmuth Rier

die Bergler Tafel, ein Abendessen unter freiem Himmel, bei dem beobachtet werden kann, wie die untergehende Sonne die Berge rot leuchten lässt. Ein einmaliges Naturschauspiel, das in Südtirol auch als Alpenglügen oder Enrosadira bekannt ist.

Mit einer Lunch-Box vom Cyprianerhof im Gepäck machten wir uns auf den Weg zurück nach Deutschland. Angekommen in München, fiel uns die Verabschiedung nach den intensiven Tagen in Südtirol sichtlich schwer. Was uns aber allen bleibt, sind wundervolle Erinnerungen an eine Destination, die noch ein echter Geheimtipp in der MICE-Branche ist, an starke Powerfrauen und Incentives, an einzigartige Locations und nicht zuletzt an ein tolles Miteinander und neue Freundschaften, die diesen FAM-Trip dank Tanja und Karin nicht gewöhnlich, sondern zu etwas ganz Besonderem gemacht haben.

MICE-Ladies

Tanja, warum hast Du die MICE-Ladies gegründet?

Ich berate seit vielen Jahren Destinationen und Regionen darin, wie sie sich positionieren und präsentieren können und für mich funktioniert das immer dann besonders gut, wenn persönliche Geschichten und Erlebnisse mit der Destination verknüpft werden. Gerade das ist es doch, was eine Destination ausmacht – die Abenteuer, die sich dort erleben lassen – aber vor allem auch die Menschen!

Dazu kam mein Coaching-Verständnis: Ich liebe es, Menschen – und insbesondere Frauen, gerade unsere Branche ist ja zu über 70 Prozent weiblich – zu vernetzen und das individuelle Potenzial jeder Persönlichkeit zum Leuchten zu bringen.

Die MICE Ladies verbinden diese Ansätze – ich möchte Frauen in unserer Branche verbinden und auf mehreren Ebenen vernetzen: ganzjährig, global, interkulturell und auch generationenübergreifend. Ich möchte persönliche starke und nachhaltige Begegnungen zwischen den

Frauen ermöglichen – so dass sie sich gegenseitig unterstützen und voneinander lernen können. Und dies ganzjährig und global. Als Beitrag unserer Branche zum SDG5 – dem UN-Nachhaltigkeitsziel Gender Equality.

Eines der „Tools“ in diesem Werkzeugkasten sind die Fam-Trips für MICE Ladies. Diese Fam-Trips bringen starke MICE-Entscheiderinnen aus deutschsprachigen (bisher) Ländern mit Power-Ladies in Destinationen zusammen.

Gemeinsam mit den Destinationen wählen wir starke Frauen aus der Destination aus, die mit ihrer persönlichen Geschichte als Botschafter für die Schönheit, die Besonderheiten und die MICE-Möglichkeiten ihrer Region stehen. Change-Maker-Ladies! Diese Frauen sind quasi die Gastgeber und erzählen ihre eigene ganz persönliche Geschichte über sich – und über ihr Land. Gemeinsam erleben wir unvergessliche Momente und Abenteuer in ihrer Destination entwickeln gemeinsame Geschichten. So unterstützen wir den Aufbau einer starken MICE-Ladies-Community und feiern die Frauen in unse-



Tanja Knecht

rer globalen Event- und Incentive-Branche.

Die Stimmung auf unseren Ladies-Fams ist einzigartig: neben wundervollen gemeinsamen Erlebnissen schaffen wir tiefgründige Begegnungen, tauschen uns über Ideen, aber auch Herausforderungen aus, lernen voneinander und unterstützen uns gegenseitig in einer offenen und

positive Atmosphäre – und das generationenübergreifend, denn wir achten bei der Zusammenstellung der Gruppen auf größtmögliche Diversität.

Auf dieser Basis setzen wir das ganze Potenzial der Destination frei: Wir erzählen persönliche Geschichten und machen die Region mit allen Sinnen erlebbar! Die Grundidee ist es also, nicht das Business in den Vordergrund zu stellen – indem 5.000 Hotelzimmer angeschaut werden und man am Ende gar nichts mehr erinnern kann – sondern die persönlichen Begegnungen und Erlebnisse der Teilnehmerinnen. Das Geschäft wird trotzdem – oder gerade deshalb – folgen! Ich bin sehr stolz, dass Carina Bauer, CEO der IMEX Gruppe, diese Idee so befürwortet und unterstützt!

„Dieses neue Fam-Trip-Konzept ist großartig: Verbindungen zwischen starken weiblichen Persönlichkeiten weltweit zu schaffen, dadurch Geschäftsoptionen zu generieren und gleichzeitig etwas für die persönliche und berufliche Entwicklung dieser Frauen zu tun, ist ein völlig neuer Ansatz, den ich sehr begrüße. Viel zu oft wirkt sich unser Berufsleben negativ auf unser Privatleben aus – dieses Kon-

zept dreht jedoch diese Norm um, indem das Persönliche das Private anführt. Ich kann es nicht erwarten, bei einem dieser Trips dabei zu sein!“, sagt Carina Bauer, CEO, IMEX Group.

Die MICE Ladies ergänzen auch ideal die She Means Business, die in diesem Jahr bereits zum zweiten Mal am Vortag der IMEX in Frankfurt stattfand und im September auch auf der IMEX America stattfinden wird.

Nach Möglichkeit binden wir bei unseren Trips auch Giving-Back Aspekte ein und stellen Projekte vor – darauf möchte ich künftig auch fokussieren und unter anderem „Learning Journeys“ anbieten, die auf die weiteren UN-Nachhaltigkeitsziele einzahlen.

Der nächste MICE Ladies Fam-Trip ist bereits in Planung – bei Interesse kontaktieren Sie bitte: t.knecht@kprc.de

Über Tanja Knecht:

Tanja ist seit über 20 Jahren in der globalen Business Events Branche zuhause und war für Maritz Inc., die TUI Gruppe und Hapag-Lloyd Business Travel tätig, bevor sie ihre eigene Beratung gründete. Ihre Kunden sind u. a. MICE Supplier, Destinationen und Start-ups. Neben ihrer Beratung ist sie systemischer Business Coach, Keynote Speakerin und Dozentin. Sie ist Markenbotschafterin für die IMEX-Gruppe und verantwortet die deutschsprachige PR der Gruppe seit 2012. In dieser Funktion ist sie Mitinitiatorin der Umfrage „Frauen in der Event-Industrie“ und der „She Means Business“, der Konferenz für Frauen in der Eventbranche, ein Kooperationsprojekt der IMEX und der tw tagungswirtschaft. Tanja ist der Überzeugung, dass die MICE-Industrie das Potenzial, aber auch die Verantwortung hat, globale Veränderungen zugunsten der SDGs – der UN-Nachhaltigkeitsziele – mitzugestalten. Aus diesem Grund startete sie 2019 MICE Impact und die MICE Ladies und verbindet so Profit und Non-Profit. Stets auf der Suche nach sinnhaften Herausforderungen gründete sie gemeinsam mit ihrem Sohn die Happy Kids Camps, ein Charity-Projekt, das traumatisierte und benachteiligte Kinder zu heilsamen Erlebnissen in die Natur einlädt.

Anzeige

Die Digitalisierung kommt in Fahrt – sind Sie an Bord?

Steigen Sie ein und holen Sie sich neuen Schwung für Ihre Teilnehmergebung & Ihr Teilnehmermanagement!

Mehr erfahren auf

xing-events.com

XING[®]
Events



Fit4Congress 2019 in Dresden – „Kongress der Zukunft“

Dieses Jahr wird der Fit4Congress am 14. November im Löwensaal des Tagungszentrums der Sächsischen Ärzteversorgung in Dresden stattfinden. Die Konferenz für die Tagungs- und Eventbranche steht diesmal unter dem Motto „Kongress der Zukunft“.



FIT4CONGRESS IST eine Eventreihe, die zur Weiterbildung von Wissenschaft und Wirtschaft dient. Sie richtet sich an Marketingverantwortliche, Wissenschaftler, Professoren und Mitarbeiter, die bereits erfolgreich Tagungen und Kongresse organisiert haben oder aber solche für die Zukunft planen wollen.

Im Mittelpunkt des jährlich stattfindenden Fit4Congress stehen 2019 vor allem die Bereiche Interaktion, Netzwerk und Dialog. Begleitend zur Konferenz können die Teilnehmer sich auf Site Visits sowie Graphical Recording, Networking, Workshops und Expert Sessions freuen.

Die Keynote zu dem Thema „Kongress der Zukunft – Mut zur Innovation wagen“ wird Dr. Christina Buttler (Director Strategy & Innovation, MCI Deutschland) im Festsaal des neuen Tagungszentrums der Sächsischen Ärzteversorgung halten. Die Räumlichkeiten befinden sich im Tresor-Bürohaus am Ring. Das 1905 erbaute, prominente Gebäude in der Dresdner Innenstadt wird derzeit saniert und pünktlich zum Fit4Congress wiedereröffnet. In dem unter Denkmalschutz stehenden ehemaligen Bankgebäude war zu-

letzt die Dresdner Bank beheimatet. Nun schafft die Sächsische Ärzteversorgung hier neben repräsentativen Büros auch ein neues Veranstaltungszentrum mit einer Kapazität von bis zu 350 Personen. So wird die prunkvolle Schalterhalle mit Glaskuppel zukünftig auch wieder für die Öffentlichkeit zugänglich sein.

In den an die Keynote anschließenden Workshops wird den Teilnehmern die Möglichkeit gegeben, den Kongress der Zukunft am Beispiel eigener Veranstaltungen selbst zu gestalten. Parallel dazu stehen Expert Sessions auf dem Programm, in denen zum einen die Aussteller Einblicke in ihre jeweiligen Fachgebiete geben und zum anderen diverse Speaker Wissens-Input zur Teilnehmer-Experience liefern werden. Am Nachmittag geht es für die Teilnehmer auf eine Site-Inspection durch Dresden, bei der sie

unter anderem neue Locations der Stadt kennenlernen dürfen.

Insgesamt erwartet die Teilnehmer ein spannender Tag, bei dem der Mut zur Innovation, die nachhaltige Wissensvermittlung und das Teilnehmererlebnis im Fokus stehen. Zudem werden neue Formate und Technologien wie Augmented Reality, Wegeleitsysteme und Gamification vorgestellt. Zum Thema Gamification wird beispielsweise eine interaktive Schnitzeljagd durch die „Workshop & Expert Corner“ stattfinden.

Erstmals wird in diesem Jahr die Fit4Congress-Veranstaltung mit einem FamTrip kombiniert, bei dem 15 eingeladene Planer aus Deutschland, Österreich und der Schweiz die Landeshauptstadt Dresden von Mittwoch bis Freitag erkunden werden. Sie erhalten Informationen zu aktuellen Entwicklungen, besuchen Tagungs- und Kongresszentren sowie besondere Eventlocations, bekommen Einblicke in das kulturelle Angebot der Stadt und haben die Chance, wertvolle Kontakte zu knüpfen. Ganz nach dem Motto „Convention meets Culture“ wird ihnen die Vielseitigkeit Dresdens präsentiert. (mk)

o.: „Kongress der Zukunft in einer Stadt voller Geschichte. Fotos: Dresden Marketing“

u. li.: Auch dieses Jahr hält der Fit4Congress wieder spannende Themen bereit – nicht nur im Hinblick auf Gamification.

u. re.: Nachhaltigkeit: Sehen und Testen Sie in Dresden auch neuesten Innovationen in der Tagungstechnik.





Jetzt
Tickets sichern!

Wie sieht das Event
Business der Zukunft aus?

Programm

Mittwoch, 02.10.2019

- 17:00 – 18:00 Uhr Welcome Apéro & Live Demos
- 18:00 – 19:30 Uhr Forum mit Keynotes & Talkrunde
- 19:30 – 21:00 Uhr Flying Dinner & Networking

Ticket: CHF 275 zzgl. 2.5 % MwSt

Donnerstag, 03.10.2019

- 09:00 – 10:00 Uhr Welcome Coffee & Networking
- 10:00 – 11:30 Uhr Forum mit Keynotes
- 11:30 – 12:30 Uhr Parallel Sessions & Live Demos
- 12:30 – 13:45 Uhr Standing Lunch & Networking
- 13:45 – 14:15 Uhr Parallel Sessions & Live Demos
- 14:15 – 14:45 Uhr Coffee Break & Networking
- 15:00 – 16:00 Uhr Forum mit Keynotes
- 16:00 – 17:00 Uhr Apéro Riche & Networking

Ticket: CHF 395 zzgl. 2.5 % MwSt

MICE EVENTS 4.0 FUTURE FORUM & DAYS LIVE EXPERIENCE

02. & 03. Oktober 2019
Zürich, Schweiz

02.10. High Level Keynotes & Gäste



Barbra Steuri-Albrecht
Director Switzerland
Convention & Incentive
Bureau



Jörg Eugster
Inhaber NetBusiness
Consulting AG, Autor



Hans-Jürg
Rufener
Chief Creative
Director of MCH Group



Anke Stephan
Geschäftsführerin Sam-
sung Hall/
Eventpark AG



Anne-Isabelle
Chagnaud
Head of Events
Switzerland Global
Enterprise



Nicola Hammerschmidt
Geschäftsführerin
swishcompany
coaching gmbh

03.10. High Level Keynotes & Gäste



Uta Kroll
Leiterin Kongressbüro
Zürich Tourismus



Jon Erni
Gründer & Präsident
miaEngiadina



Christopher Werth
Director Strategy &
Concept VOK DAMS
worldwide



Andreas Krumes
Inhaber & CEO
KIS-COM AG
Gründer Gastrofacts
GmbH



Sylvia Stocker
Founder, Managing
Director Arabesque LLC



Christian Fehrlin
Founder & CEO Deep
Impact AG



celebrationpoint
marketing & network

www.celebrationpoint.ch
Tel +41 44 366 61 10 | #celebrationpoint



Schweiz Tourismus.



INVASION TICKETINO
Everybody's Ticketin

Abwechslungsreiche Rahmenprogramme sind hier Standard



Segeln auf dem Ammersee, Bierprobe in Andechs, Kunst im Buchheim-Museum, Führung im Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt oder Golf-Schnuppern im Club Starnberg – das Courtyard by Marriott Oberpfaffenhofen überrascht seine Business- und Tagungsgäste mit unterschiedlichsten Rahmenprogrammen in der Region.

Eine Kooperation des Hotels im Münchner Süden mit der Gesellschaft für Wirtschafts- und Tourismusentwicklung im Landkreis Starnberg mbH (gwt) ermöglicht es, Incentives, Meetings und Tagungen abwechslungsreich zu gestalten.

Kunstgenuss am See

Kunstgebegeisterte sollten einen Besuch im „Buchheim Museum der Phantasie“ einplanen. Bereits beim Betreten des vorgelegerten Parks mit bunten Skulpturen aus Holz, rostbedeckten Design-Objekten oder einem Graffiti-verschönerten Helikopter geraten Besucher ins Staunen. Das Gebäude des Olympia-Architekten Günter Behnisch liegt direkt am Starnberger See und ist selbst bereits ein Hingucker. Im Inneren stehen der deutsche Expressionismus sowie die Künstlergruppe „Brücke“ im Mittelpunkt. Prominente Sonderausstellungen mit moderner und zeitgenössischer Kunst runden das Portfolio ab. Auf der langgezogenen Museumsterrasse, die als Steg weit über das Seeufer hinausragt, lassen die Gäste zwölf Meter über dem Wasser ihre neugewonnenen Eindrücke Revue passieren.

Lost in space

Ein weiteres Highlight ist eine Führung durch das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR). Aufgrund hoher Si-

cherheitsvorkehrungen braucht dieser Programmpunkt jedoch etwas mehr Vorlaufzeit. Besonders beeindruckend: Eine Originalnachbildung des Weltraumlabor Columbus macht erlebbar, wie beengt Wissenschaftler im niedrigeren Erdorbit von bis zu 2.000 Kilometern Höhe forschen. Auf der Besucherbrücke können die Gäste den Mitarbeitern der deutschen ISS-Bodenkontrolle quasi über die Schulter schauen – inklusive Live-Bildern von der Internationalen Raumstation und der Blick auf den vollen Terminkalender der Astronauten.

„Fliegen“ als Design-Element

Das Courtyard by Marriott Oberpfaffenhofen liegt mitten im Zukunftsstandort ASTO Park, umgeben von über 75 etablierten High Tech-Unternehmen der Luft- und Raumfahrt Robotik, IT, Automotive, Satelliten-Navigation und Maschinenbau. Direkter Nachbar: der Forschungsflughafen Oberpfaffenhofen. Dank zahlreicher großflächigen Fotos und Skulpturen zieht sich die Geschichte der Fliegerei als Design-Element durch das gesamte Haus mit seinen 174 Zimmern, darunter 20 Apartments für längere Aufenthalte. Ermöglicht wurde diese besondere Gestaltung durch eine Kooperation mit der Dornier-Stiftung. Das Traditionsunternehmen ist ebenfalls in unmittelbarer Nähe zum Forschungsflughafen angesiedelt. Als Hommage tragen die sechs trendig ausgestatteten Tagungs-, Brainstorming- und Breakout-Räume im 220 Quadratmeter großen Konferenzbereich des Hotels sogar die Namen legendärer Flugzeuge von Dornier – darunter „Delphin“, „Sägefisch“ oder „Libelle“. (red)

IMPRESSUM

Convention International | September 2019

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

Redaktionsbüro Neuwied:
Wiedbachstraße 50
56567 Neuwied
Tel.: +49 2631 9646-35
Fax: +49 2631 9646-40
www.convention-net.de

Herausgeber:
Heinz-Dieter Gras

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

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

Anzeigen:
Knut Mans, Stephanie Müller
Korrektorat:
Kirsten Skacel, Lektorat Rotstift

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

Titelbild:
Terra Nova

Druck:
LUC Medienhaus
Hansaring 118
48268 Greven

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

Nächste Ausgabe:
11. November 2019

Kontrollierte Druckauflage:
02. Quartal 2019: 12.500



Es gelten die Anzeigenpreise in den Mediadaten vom 01.01.2019. Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Gewähr übernommen. Für namentlich gekennzeichnete Fremdbeiträge übernimmt der Verlag keine Haftung.



WALDORF ASTORIA BERLIN – TAGEN UND FEIERN IM HERZEN DER HAUPTSTADT

Das Waldorf Astoria Berlin begrüßt Sie als elegante urbane Oase im Herzen der City West in Berlin. Mit günstiger Anbindung zur Messe Berlin und nur einen kurzen Spaziergang zum berühmten Kurfürstendamm ist das Waldorf Astoria Berlin der ideale Ort für Ihre Veranstaltungen und Tagungen mit bis zu 200 Gästen.

Im Rahmen Ihrer Veranstaltung können Sie sich in 232 großzügig geschnittenen Zimmern und Suiten mit atemberaubendem Ausblick über Berlin entspannen. Der John-Jacob-Astor-Ballsaal ist mit 330 m² die perfekte Kulisse für extravagante Feiern und Bankette. Fünf private Salons mit modernster Technik und Tageslicht sowie ein Business Center komplettieren das Angebot. Mit einem einmaligen Blick über die Dächer der Hauptstadt und auf die Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche präsentiert sich die Lounge „The Library“ auf der 15. Etage als eine Event-Location der besonderen Art.

Gerne erstellen wir ein individuelles Angebot für Ihre Veranstaltung.



WALDORF ASTORIA®
BERLIN

Waldorf Astoria Berlin, Hardenbergstr. 28, 10623 Berlin

☎ +49 (0)30 814000-2256, ✉ berlin.events@waldorfastoria.com 🌐 waldorfastoriaberlin.de

Hilton Frankfurt City Centre präsentiert sich in neuem Design

Vor rund 20 Jahren eröffnete das Hilton Frankfurt City Centre und hat seitdem viele erfolgreiche Jahre hinter sich. Mit dem Jubiläum sollte aber auch frischer Wind in die doch schon etwas älter gewordenen Flure gebracht und das Erscheinungsbild urbaner, moderner und dynamischer gestaltet werden. Eben ganz genau so, wie sich die Mainmetropole selbst präsentiert.



Zum 20. Jubiläum erfährt das Hilton Frankfurt City Centre eine Generalüberholung. Bis zum Frühjahr 2020 sind alle Arbeiten abgeschlossen. Fotos: Beppe Raso / Hilton Frankfurt

DIE MENSCHEN HINTER dem neuen Design sind die Londoner Innenarchitekten von Nick Hickson, die schon einige Projekte mit der US-amerikanischen Hotelgruppe realisierten. So zeichneten sie beispielsweise für die Renovierung der 196 Zimmer und Suiten im Hilton Cardiff Hotel genauso verantwortlich wie für die Umgestaltung der Meetingräume im Hilton Kensington Hotel.

Einer, der das Haus in Frankfurt seit seiner Anfangszeit kennt, ist der heutige General Manager Marc Snijders. Er begann seine Karriere bei Hilton im Frankfurter Haus als Bankettkoordinator und kehrte nach einigen Stationen in anderen Häusern schließlich zurück an seine erste Wirkungsstätte. „Wir feiern dieses Jahr 20 Jahre Hilton Hospitality in Frankfurt und werden unseren Gästen und dem Team ein komplett neues Hotel präsentieren. Zimmer, Suiten, Ballsaal sowie Anfang 2020 auch die Lobby des Hotels werden umfassend modernisiert. Das Design ist urban und eine gelungene Inszenierung der Dynamik, für die Frankfurt als Mainmetropole steht. Von den vielen besonderen Elementen ist mein persönliches Highlight die Frankfurter Skyline, die sich über 7 Etagen im Atrium des Hotels auf der Tapete erstrecken wird. Ich freue mich schon auf die Feierlichkeiten

im Frühjahr 2020, wenn wir die Arbeiten abschließen und das neue Hilton in Frankfurt vorstellen werden.“

SoHo als Inspirationsquelle

Bis Anfang 2020 wird also das gesamte Haus renoviert sein, bereits fertig sind die Deluxe- und Executive-Zimmer. Und dass sich insgesamt sehr viel ändert, wird schon heute auf den ersten Blick deutlich. Die Grundidee hinter dem neuen Designkonzept ist New-York-inspiriert, genauer gesagt vom Stadtteil SoHo.

Dunkle, erdige Farben herrschen jetzt in den Zimmern vor, gepaart mit Akzenten in Bronze. Genau durch diese Kombination hat zudem ein besonders wohnlicher Charakter in den Zimmern Einzug gehalten. Um dem starren Konzept eines Hotelzimmers zu entkommen, setzten die Designer bewusst auf den Bruch der Symmetrie. So enden beispielsweise die Kopfteile der Betten auf beiden Seiten an einer anderen Stelle und auch die Nachttische sind zwar passend, aber in puncto Modell unterschiedlich. Ebenfalls ausrangiert wurden die typischen großen Schreibtische und durch

runde multifunktionale Tische ersetzt, die sich sowohl zum In-Room-Dining als auch zum Arbeiten eignen. Eine logische Konsequenz aus der Art und Weise, wie Geschäftsreisende heute unterwegs sind. Durch Tablets und kleine Notebooks braucht es einfach keinen riesigen Schreibtisch mehr und das Gefühl des „Home-away-from-home“ ist gefragter als der klassische Arbeitsplatz.

Einer der USPs des Hauses waren schon immer die bodentiefen Fenster, die einen unglaublichen Blick über Frankfurt freigeben. Und auch diese wurden in das neue, wohnlichere Konzept integriert. Jetzt finden sich entlang der Fenster Sitzbänke, die dazu einladen, Platz zu nehmen und den Ausblick über die Mainmetropole zu genießen. (ag)



Mauritius kann mehr als nur Honeymoon | von Anna-Lena Gras

Zum ersten Mal in der 26-jährigen Geschichte der World Travel Awards Africa & Indian Ocean war in diesem Jahr Austragungsort der Verleihung Mauritius. Anfang Juni wandelten sich das Sugar Beach Resort sowie das angrenzende La Pirogue zur Location für die World Travel Awards (WTA).



Farbenfroh und ausgelassen präsentierten sich die WTAs auf Mauritius, die von der gebürtigen Südafrikanerin Jo-Ann Strauss moderiert wurden. Fester Bestandteil der Zeremonie waren die traditionellen Tänze, die die unterschiedlichen Kulturen auf der Insel im Indischen Ozean repräsentierten. Fotos: Maurius Tourism Promotion Authority

MIT EINEM ZWEITÄGIGEN Event feierten die Veranstalter der WTAs Nominierte und Gewinner der auf Afrika und den Indischen Ozean begrenzten Ausgabe dieser weltweit stattfindenden Awards.

Dass man sich für Mauritius entschieden hatte, freute insbesondere die in der MICE-Branche aktiven Supplier der Insel. Denn so konnte Mauritius – von vielen lediglich als Leisure- oder Honeymoon-Destination wahrgenommen – zeigen, dass sich das etwas mehr als 2.000 Quadratkilometer große Eiland auch für Events hervorragend eignet.

In rund 50 Kategorien gab es die begehrten Trophäen zu gewinnen. Grundsätzlich werden die Gewinner durch ein Online-Votum auf der Website der WTAs ermittelt: Für einen Zeitraum von etwa sechs Wochen kann jeder, der dies möchte, seine Stimme in den verschiedenen Kategorien vergeben. Etwas mehr Gewicht haben hierbei jedoch die Stimmen von Mitgliedern der Tourismusbranche – ihre Stimme zählt jeweils doppelt.

Den Anfang des Award-Tages markierte auf Mauritius ein Networking-Breakfast. Teilnehmer, Gäste und Nominierte hatten hier Gelegenheit, sich schon einmal kennenzulernen, Erfahrungen auszutauschen oder auch die Chance zu nutzen, bereits im Vorfeld mit einigen Vertretern

der Mauritius Tourism Promotion Authority – kurz MTPA – zu sprechen.

Im Anschluss konnten sich alle auf der flankierenden Konferenz konstruktiv weiterbilden. Sie war unter dem Titel „The interplay between FinTech and Tourism – The New Wave in Africa“ als Follow-up zur internationalen Konferenz „Digitalisation and Sustainable Tourism“, die nur ein paar Wochen vorher stattgefunden hatte, konzipiert. Somit richtete sich die Konferenz vorrangig an die Tourismusbranchen-Mitglieder auf der Insel selbst, zeigte aber zudem interessante Ansätze dahingehend auf, inwieweit Finanztechnologie auch in puncto Tourismus in Zukunft einiges verändern kann. Beispielsweise durch sichere Banking-Apps lässt sich das Reisen für alle sicherer gestalten: einfaches Bezahlen vor Ort, ohne viel Bargeld in der Tasche zu haben oder die Kreditkarte einsetzen zu müssen. Zu diesem und vielen weiteren Themen ebenso wie den konkreten Möglichkeiten für den afrikanischen Kontinent referierten mehrere Redner, darunter der Tourismusminister von Mauritius, Anil Gayan. Er unterstrich in seinem Vortrag, dass Mauritius zwar ein kleines Land sei, sich in naher Zukunft dennoch zum FinTech-Hub für ganz Afrika entwickeln werde. Nicht umsonst sei in den letzten Jahren viel Geld in den Ausbau

der Infrastruktur auf Mauritius geflossen. Darüber hinaus verfüge Mauritius über ein stabiles Rechtssystem sowie verschiedene Regularien für Start-ups insbesondere im FinTech-Sektor, die eine Gründung oder weiteren Ausbau des Unternehmens unterstützen. Für Gayan liegt auf der Hand: Für die Zukunft werden diejenigen Destinationen einen entsprechenden Vorsprung erarbeiten, die sich genau diesen neuen Technologien öffnen und sie in die Abläufe integrieren. Dass dies der Wirklichkeit entsprechen könnte, wird bei einem Blick auf die Millennials und deren Reiseverhalten schnell deutlich. Denn sowohl Unterkünfte – egal ob Hotel oder AirBnB – als auch Flugverbindungen, Mietwagen und alle anderen Aspekte der Reiseplanung werden nur noch über das Smartphone gebucht. Reisebüros, selbst reine Online-Portale ohne Up-to-date-Responsive-Webdesign und damit die korrekte Darstellung einer Website auf jedem Endgerät fallen bei den Millennials mittlerweile durch. Hier wird das enorme Potenzial neuer Technologien besonders deutlich. Denn wer für Millennials uninteressant wirkt, und sei es auch nur durch unpassende Buchungsmöglichkeiten, verliert am Markt einen enormen Anteil. Verschiedene Diskussionspanels im Anschluss an die diversen Vorträge runde

ten das Informationsprogramm ab, bis es am Abend mit der offiziellen Verleihung der World Travel Awards Africa & Indian Ocean weiterging.

Stimmungsvolle Inszenierung der Award-Verleihung

Um den zahlreichen Awards, die an diesem Abend vergeben wurden, den entsprechenden Rahmen zu verleihen, legten sich die Veranstalter mächtig ins Zeug. In Zusammenarbeit mit den Ausrichtern der Awards und dem Partnerhotel Sugar Beach verwandelte MTPA die großzügige Gartenanlage des Hotels in ein stimmungsvolles Venue. Parallel zum Strand wurde ein riesiges Zelt errichtet, unter dem die rund 500 geladenen Gäste den Abend an großen Galadinner-Tischen genießen konnten.

Aber nicht nur unter dem Zelt zauberten die Verantwortlichen. Schon der Gang durch die Palmenallee – vom Haupteingang des Sugar Beach hin zur Location – sollte den Gästen die Vielseitigkeit von Mauritius zeigen. So säumten Frauen in traditionellen Gewändern aller auf Mauritius vertretenen ethnischen Gruppen den Weg und tanzten zu landestypischer Musik; ein chinesischer Dra-

che schlängelte sich zu Trommelklängen um die eintreffenden Gäste herum. Über einen roten Teppich ging es dann über den Rasen hin zum Zelt, das mit seinen Kronleuchtern, der stimmungsvollen Beleuchtung und dem leisen Rauschen des Meeres im Hintergrund der Dreh- und Angelpunkt des Abends war.

Modert wurde die Verleihung von der gebürtigen Südafrikanerin Jo-Ann Strauss, die insbesondere dem deutschen Publikum wohl aus Zeiten der Fußball-WM 2010 bekannt ist; sie berichtete für das ZDF vor Ort in Südafrika. Gekonnt führte sie durch den Abend und überreichte den glücklichen Gewinnern die Trophäen.

Zwischen den einzelnen Award-Kategorien konnten die Gäste ein Drei-Gänge-Menü genießen, das sich sehr stark an der lokalen Küche orientierte. So waren beispielsweise der klassische Palmherzsalat – aus nachhaltiger Aufzucht – oder Blue Marlin Bestandteile des Menüs, das die Chefsköche des Sugar Beach kredenzten.

Den Abschluss der Zeremonie und gleichzeitigen Beginn der rauschenden After-Party bildete ein hervorragend inszeniertes Feuerwerk, das die Gäste vom Strand aus beobachten konnten.

Die wichtigsten Awards im Überblick:

Africa's Leading Meetings & Conference Centre: Kenyatta International Convention Centre Nairobi, Kenia

Africa's Leading Business Travel Destination: Nairobi, Kenia

Africa's Leading Meetings & Conference Destination: Durban, Südafrika

Africa's Leading Business Hotel: Transcorp Hilton Abuja, Nigeria

Africa's Leading Conference Hotel: Radisson Blu Hotel & Convention Centre, Kigali, Ruanda

Diese Awards konnten die Gastgeber in Empfang nehmen:

Indian Ocean's Leading Adventure Tourism Destination

Indian Ocean's Leading Tourist Board

Indian Ocean's Leading Cruise Destination

Indian Ocean's Leading Destination

Indian Ocean's Leading Wedding Destination

Sugar Beach & La Pirogue: ein gutes Team



Auf 12 Hektar erstreckt sich das gesamte Areal des Sugar Beach Resort in Flic-en-Flac.

DURCH DIE MARKENVERBINDUNG der beiden Hotels sowie die direkte Lage nebeneinander können beide Resorts voneinander profitieren und sind dadurch eben-

auch für MICE-Gruppen interessant. Die insgesamt größeren Kapazitäten bietet ganz klar das auf einem 12 Hektar großen Areal errichtete Sugar Beach. Das Fünf-

Sterne-Haus verfügt über 258 Zimmer und Suiten sowie insgesamt 24 Meetingräume. Aufgrund der insbesondere im Sommer sehr stabilen Wetterlage auf der Insel sind einige der Meetingmöglichkeiten Outdoor-Venues, wie zum Beispiel Gov's Lawn, nebenbei auch die Location mit dem größten Fassungsvermögen innerhalb des Resorts. Auf den 2.312 Quadratmetern finden bis zu 1.500 Personen Platz. Der größte Indoor-Space nennt sich Plantation Room und kann für Veranstaltungen mit bis zu 350 Teilnehmern genutzt werden. Darüber hinaus gibt es im Resort fünf unterschiedlich ausgerichtete Restaurants, die ebenfalls exklusiv für Events und Veranstaltungen bespielt werden können. Wem diese kulinarischen Anlaufstellen nicht ausreichen, der kann sich außerdem im Schwesterhotel La Pirogue umsehen. Auch hier finden sich insgesamt fünf Restaurants unterschiedlicher Größe. Eine kleine Besonderheit im La Pirogue sind die 248 Zimmer beziehungsweise deren Bauweise. Denn die Zimmer sind, anders als von den meisten Hotels bekannt, nicht in einem großen Komplex angeordnet, sondern als kleine

eigenständige, strohgedeckte Bungalows, die sich über das weitläufige Areal verteilen. Alle Bungalows sind ebenerdig und bieten entweder direkten Ausblick auf das Meer oder in die üppigen Grünanlagen des Resorts. Je nachdem wie weit der Weg zu Restaurants oder Lobby ist, kann vom Zimmer aus ein Golfcart bestellt werden, das dann als persönliches Taxi fungiert, die Gäste an der Zimmertür abholt und sie innerhalb des Komplexes an den gewünschten Zielort bringt. Etwas überschaubarer ist der Meetingbereich des La Pirouge. Auf 600 Quadratmetern finden Planer drei klassische Meetingräume mit einer Maximalkapazität von bis zu 250 Personen. Für größere Gruppen stehen allerdings, wie schon im Sugar Beach, zahlreiche Außenflächen zur Verfügung, die ohne weiteres für Events, Konferenzen und Networking-Functions genutzt werden können.



Jedes Zimmer im La Pirouge befindet sich in einem kleinen reet-gedeckten Bungalow. Fotos Sun Resorts

Anzeige

«MICE FUTURE DAYS» – Das neue Wissensforum der Schweizer MICE-Branche Am 02. und 03. Oktober 2019 in der Giesserei Oerlikon in Zürich

Events 4.0: Machen Sie sich fit für das Eventbusiness der Zukunft!

INMITTEN DES WERKPLATZES in Zürich-Oerlikon finden am 02. und 03. Oktober 2019 erstmalig die «MICE FUTURE DAYS» in der Giesserei Oerlikon statt.

Das Wissensforum ist der Treffpunkt für alle taktangehenden Branchenakteure, Supplier und Buyer aus der Meeting- und Eventbranche mit Fokus auf ein neues Mindset und die Erweiterung des persönlichen Blickwinkels für Zukunftstrends.

Während 1,5 Tagen stehen der Wissenstransfer mit Branchenprofis, aktives Ausprobieren von technischen Tools sowie Partizipation und Interaktion im Vordergrund. Auf die Fachbesucher wartet ein Forum mit Highlevel-Keynotes, interaktive Parallel Sessions, Live-Demos und der Austausch mit innovativen Unternehmen und Zukunftsgestaltern in der Live Experience Zone. Das zukunftsweisende Event für alle taktangehenden Branchenakteure aus Tourismus, Hotellerie und MICE sowie Marketeers und Planners zuständig für Meetings und Events spürt die Trends und Bedürfnisse auf.

#celebrationpoint #micefuturedays #innovation #network

Weitere Informationen:

<https://www.celebrationpoint.ch/de/events/mice-days/>

Tickets:

■ Evening Session:

am 02.10.2019 (17:00 – 21:00 Uhr) ab CHF 275.00

■ Day Session:

am 03.10.2019 (09:00 – 17:30 Uhr) ab CHF 395.00

Die Anzahl ist auf 120 Tickets pro Tag limitiert.

Tickets sind erhältlich unter:

<https://www.celebrationpoint.ch/de/events/>



MICE EVENTS **4.0**
**FUTURE FORUM &
DAYS LIVE EXPERIENCE**

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

Celebrationpoint AG

Tel. +41 44 366 61 10

info@celebrationpoint.ch

www.celebrationpoint.ch

Dolce Bad Nauheim:

Change on stage

Innovative Live-Kommunikation meets Historie: Führungskräfte des größten hessischen Wohnungsunternehmens arbeiteten mit Regisseuren und Schauspielern im hoteleigenen Jugendstil-Theater an neuer Konzernstrategie.



Selbst die Bühne des historischen Jugendstil-Theaters im Dolce Bad Nauheim kann bei Bedarf bespielt werden. Fotos: Marc Strohfeldt



Breakout auf der Empore: Die umlaufende Galerie bietet verschiedenste Möglichkeiten für konzentriertes Arbeiten in kleinen Gruppen.

NUR VORAUSDENKEN MACHT fit für die Zukunft! Dieser Maxime folgend, überprüft die Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte I Wohnstadt alle fünf Jahre ihre Konzernstrategie. Mit rund 60.000 Mietwohnungen in 140 Städten und Gemeinden zählt sie zu den führenden deutschen Wohnungsunternehmen. Unterstützt durch die konstruktiv-kritische Mitarbeit von Ernst & Young Parthenon hat das Unternehmen auf allen Ebenen an neuen Zielen und Weiterentwicklungen in den Bereichen Expansion, Ökonomie, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung gearbeitet. In einer zweitägigen Klausurtagung im Jugendstil-Theater des Konferenz- und Tagungshotels Dolce Bad Nauheim galt es, 65 Führungskräfte aktiv „mit ins Boot zu holen“. Sie erfuhren unter dem Motto „Strategie 2018+“, wo bereits jetzt die Unternehmensstärken liegen, wie die Zielsetzung aussieht und wie sie selbst zukunftsorientiert in ihren Teams Potenziale wecken können.

Neue Strategie – neues Format

Dabei wurden alle Teilnehmer zu „Regisseuren des Wandels“. Zunächst wurden sie backstage auf die Bühne des hoteleigenen Theaters geführt – „die Bretter, die die Welt bedeuten“. In dieser historischen Location finden sonst Konzerte,

Ballett- und Musicals auführungen, aber auch Produktpräsentationen, Car-Launches sowie Themendinner statt. Jeder der sichtlich überraschten Teilnehmer erhielt dort sein persönliches Regiebuch. „On stage“ befassten sie sich mit der Umsetzung und Vermittlung der zentralen Strategieinhalte. Ihnen zur Seite standen Coach und Speaker Dr. Carl Naughton, Braincheck, Köln, Live-Kommunikationsexperte Dr. Torsten Fremer, Agentur Klubhaus, Köln, sowie professionelle Regisseure und Schauspieler.

„Ein hohes Maß an Partizipation ist ein wesentlicher Punkt erfolgreicher Events. Im Falle der Unternehmensgruppe Nassauische Heimstätte I Wohnstadt haben wir uns einer alten Kulturtechnik bedient – des Theaters: Es kombiniert Bilder mit Worten, ist unmittelbar und universal, basiert auf uralter Tradition und stellt eine sehr ursprüngliche Art von Kommunikation dar“, so Dr. Fremer. „Bei dieser Klausurtagung traf Wirtschaftspsychologie auf Pragmatik. In der Schnittmenge ergaben sich drei Schlüsselemente: ‚Klarheit‘, ‚Kompetenzbestätigung‘ und ‚emotionale Nähe‘. Diese Trias bildete sowohl den roten Faden der zweitägigen Veranstaltung als auch die Basis der Interaktion mit den Inhalten“, ergänzt Dr. Naughton.

Body Voting, Camp Fire, World Café

Moderne Elemente wie Body Voting, im ganzen Theater verteilte Camp Fires mit maximal acht Personen sowie die branchenübergreifende Situationsanalyse von E&Y Parthenon spielten ebenfalls eine wichtige Rolle. Auf dem Boden der 250 Quadratmeter großen Bühne war eine überdimensionale und begehbbare Strategieflyer aufgebracht. In ihr bewegten sich die Verantwortlichen des Führungsteams des Konzerns in ihren jeweiligen Geschäftsfeldern. Zuvor geschult durch ein Bühnentraining, erläuterten sie anschaulich die Ist-Situation und den Weg, den das Unternehmen in ihrem Bereich nehmen muss, um weiterhin erfolgreich zu sein.

Graphic Recording: Strategie als Bild

Am zweiten Tag wurden die Themen intensiviert: In einem World Café beleuchteten Arbeitsgruppen inhaltliche Aspekte der Strategiemodule – gefolgt von Rhetorik-, Mimik- und Gestik-Trainings mit Profi-Schauspielern. Weiteres Novum: Graphic Recording! Zeichner Mathias Süß begleitete die komplette Tagung und erstellte mit seinem Strategiebild ein visuelles Protokoll. Zentrales Motiv: die Etappen zu zwei Gipfeln mit den anvisierten Zielen „Nr. 1 in Preis-Leistung“ und „75.000 Wohneinheiten“. (red)

ibtm[®] WORLD

BARCELONA, SPAIN
19-21 NOVEMBER 2019

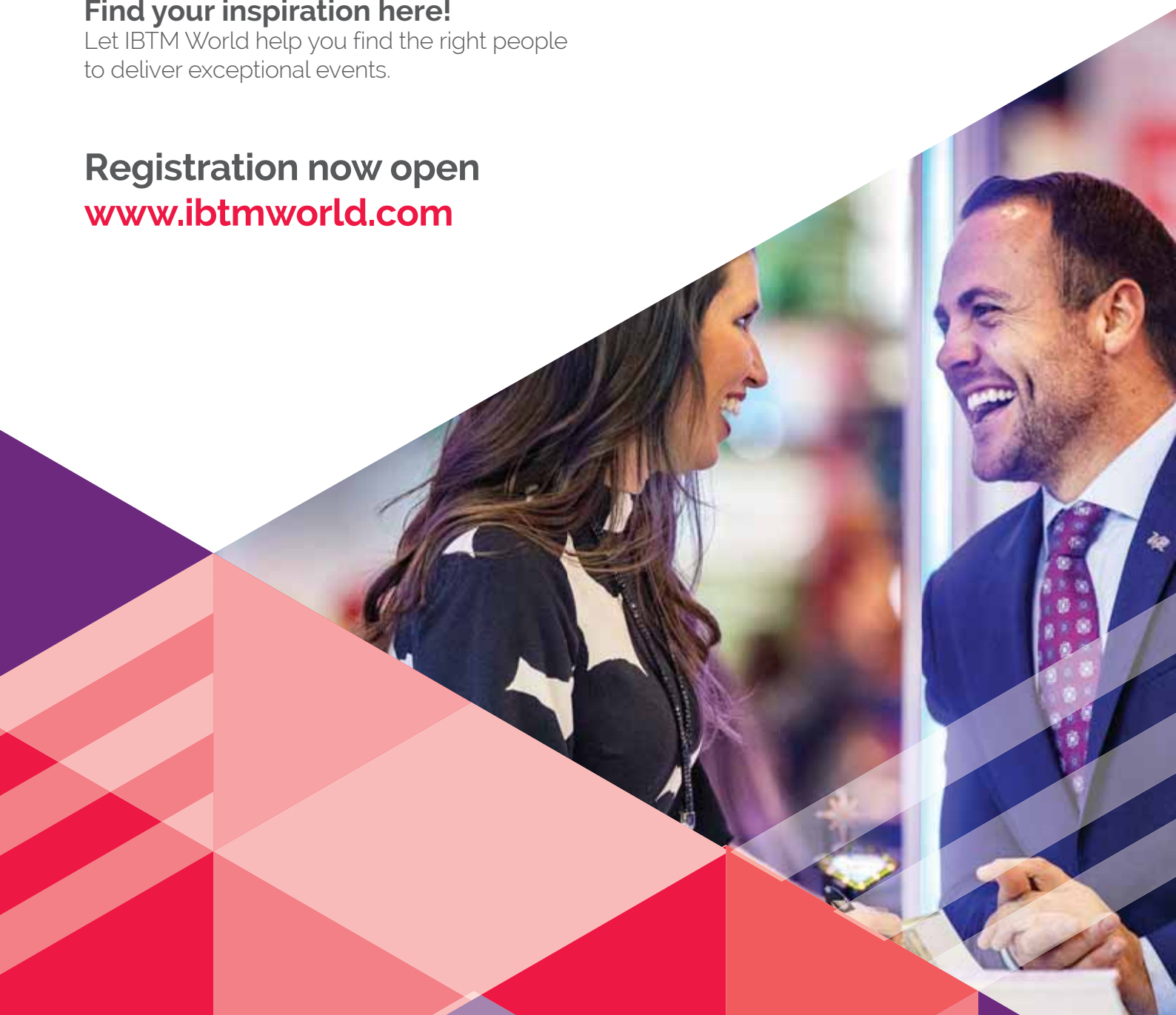
Inspiring events for better business results

Find your inspiration here!

Let IBTM World help you find the right people
to deliver exceptional events.

Registration now open

www.ibtmworld.com



Connect with us



@ibtmevents

ibtm[®]

Organised by



Reed Exhibitions[®]

Messe Berlin eröffnet hub27

Die Messe Berlin hat feierlich ihr 27. Veranstaltungsgebäude auf dem Messegelände eröffnet – den hub27 Berlin. Eingeladen waren Vertreter der Stadt sowie Kunden des Unternehmens, die im Rahmen des Events die Ausmaße der nahezu 100 mal 100 Meter großen stützenfreien Halle erleben konnten.

Die Bauarbeiten für den hub27 Berlin begannen im November 2017 und dauerten rund anderthalb Jahre. Die Kosten für den Bau in Höhe von 75 Millionen Euro trägt die Messe Berlin zum überwiegenden Teil selbst. Das Land Berlin beteiligt sich mit 7 Millionen Euro. Der hub27 bietet mit 10.000 Quadratmetern die größte Halle des Messegeländes. Sie kann durch mobile Wände in bis zu 10 Räume verschiedener Größe unterteilt werden. Hinzu kommen 5.000 Quadratmeter Nutzfläche im 3-stöckigen Kopfbau. Dazu gehören ein eigenes Foyer und 20 Konferenzräume. Highlight ist die 200 Quadratmeter große Dachterrasse. Der Neubau liegt im südlichen Teil des Messegeländes an der Jaffestraße neben dem CityCube Berlin. Durch zwei überdachte Übergänge zu den Hallen 1 und 25 schließt er den Rundgang über das Gelände. Er ist fußläufig vom S-Bahnhof Messe Süd erreichbar.

Locations bringt noch 2019 Veranstaltung nach München

Das Locations Messeformat präsentiert am 4. Dezember seinen neuen Standort München und startet in der Metropolregion mit der Locations Region München die sechste Veranstaltung in Deutschland. Die Messe für außergewöhnliche Veranstaltungsräume und Eventservices hat sich inhaltlich enorm weiterentwickelt und ist heute ein Abbild der vielfältigen Veranstaltungsbranche innerhalb der Metropolregionen mit breit aufgestelltem und aussagekräftigem MICE-Angebot. „Unser Messeformat hat sich in Deutschland etabliert, wird den MICE-Bereich am neuen Standort München hervorragend präsentieren und mit einem sehr guten Preis-/Leistungsangebot weiter ausbauen“, freut sich Geschäftsführerin Nicole Weimer. Aussteller und Besucher sollen künftig noch stärker von der langjährigen Erfahrung und dem Netzwerk der Locations-Veranstalter profitieren. Mit dieser Entscheidung wird gleichzeitig Meike Burwell das Messteam verstärken. Sie kennt sich in der Hotel- und Tagungswelt bestens aus und weiß, welche Anforderungen an den Messebereich gestellt werden.

Neues Leonardo Royal Hotel in Berlin Adlershof

Mit einem Großprojekt in Berlin-Adlershof bauen die Leonardo Hotels Central Europe ihre royale Marke vor Ort weiter aus. Neben dem Leonardo Royal Hotel Berlin Alexanderplatz erhält die Hauptstadt ein neues und imposantes Haus, das mit Lage, Funktionalität und Design überzeugen wird.

Das Hotel mit rund 24.000 Quadratmetern verteilt sich auf fünf Etagen sowie den 16-geschossigen Turm. Im obersten Stockwerk ist eine Skybar geplant, von der aus man einen eindrucksvollen Blick über die Hauptstadt hat. Mit seinen 380 Zimmern wird das Haus zu den größten der Hotelgruppe zählen. Tagungsteilnehmer werden im neuen Leonardo Royal Hotel besonders angesprochen, denn der Konferenz- und Meetingbereich erschließt sich auf einer Fläche von rund 3.400 Quadratmetern. Mittelpunkt bildet dabei der 1.000 Quadratmeter große Ballsaal mit angeschlossenem Atrium. Abgerundet wird das Angebot im Erdgeschoss mit einem kreativen Open-Lobby und Lounge/Bar-Konzept sowie dem 850 Quadratmeter großen Restaurant. Zusätzlich gibt es einen Fitnessraum und eine Sauna sowie eine Tiefgarage mit 100 hoteleigenen Stellplätzen. Berlin-Adlershof ist bekannt als Technologie- und Wissenschaftsstandort, in dem sich aktuell viele Start-ups und Tech-Companys ansiedeln. Mit dem neuen Leonardo Royal Hotel vergrößert die Hotelgruppe den Standort Berlin auf sechs Häuser mit insgesamt 1.495 Zimmern.

Bitmain setzt auf VOK DAMS

VOK DAMS gewinnt mit Bitmain einen weiteren chinesischen Neukunden für Deutschland. Der weltweit größte Bitcoin-Mining Hardware Hersteller Chinas beauftragt die internationalen Experten für Events und Live-Marketing mit der Umsetzung des zweitägigen World Digital Mining Summit in Frankfurt am Main. VOK DAMS zeichnet für Konzeption und Umsetzung des Gipfels verantwortlich.

Neues Flagship Novotel am Hauptbahnhof

Direkt beim Hamburger Hauptbahnhof entsteht das Johann Kontor im Kontorhausviertel. Als Teil dieses Quartiers, wird Accor gemeinsam mit dem Projektentwickler Aug. Prien Immobilien ein neues Flagship Novotel errichten. Das Novotel Hamburg Central Station soll voraussichtlich 2024 eröffnet werden. Der einzigartige Standort besticht durch seine zentrale Lage und das umliegende Areal, das Einkaufsmöglichkeiten, Restaurants und Sehenswürdigkeiten bietet sowie zum UNESCO-Weltkulturerbe zählt. Hamburgs Sehenswürdigkeiten wie die Alster, der Hamburger Hafen sowie die Mönckebergstraße sind allesamt fußläufig erreichbar.

„Die Marke Novotel bietet mit ihrer hochwertigen Ausstattung und einem vielfältigen Angebot das ideale Konzept für diese einzigartige Lage. Wir möchten mit dem Projekt nicht nur unsere Gäste begeistern, sondern auch das gesamte Quartier weiter aufwerten. Wir freuen uns, unseren Gästen ein so attraktives Haus in der besten Lage Hamburgs anbieten zu können“, so Yannick Wagner, zuständig für Development Central Europe Accor.

Insgesamt wird das Haus mit 227 hochwertigen Zimmern ausgestattet sein und auch kulinarisch werden sich die Gäste im Novotel Hamburg Central Station auf höchstem Niveau verwöhnen lassen können: Großzügige F&B-Räumlichkeiten laden Hotelgäste sowie Hamburger gleichermaßen zum Verweilen ein. Für Businessmeetings und Events werden multifunktionale Konferenzräume sowie ein hauseigenes Fitnesscenter zur Verfügung stehen.

NYX

HOTEL MANNHEIM

by Leonardo Hotels

NYX HOTEL MANNHEIM

DIE LIFESTYLE HOTEL MARKE - JETZT AUCH IN MANNHEIM

Inspiration und Coolness verspricht das neue NYX Hotel by Leonardo Hotels. Das Lifestyle Hotel verfügt über vier Etagen mit 151 Zimmern sowie eine Open-Lobby mit trendiger Bar & Restaurant »Clash«. Schmecken Sie das NYX Feeling: urbaner Food Style, Energie-Booster & Speisen-Vielfalt mit garantiertem Kommunikationsfaktor sprechen vom Frühstück bis zum Abendevent alle Sinne an. Das Highlight des Hauses ist der Eventsaal mit 290 qm sowie die CreativeGallery mit 110 qm. In Kombination mit den beiden Meetingräumen und den exklusiven Boardrooms bietet das NYX Hotel Mannheim eine einzigartige Location für Veranstaltungen. In Verbindung mit den Zimmern kann das Hotel exklusiv für Events gebucht werden.

NYX Hotel Mannheim | F4, 4-11 | 68159 Mannheim

Eventteam: T: +49 (0)6227 36 572 | E: events.nyxmannheim@leonardo-hotels.com



nyx-hotels.com



Die Skyline von Baku verbindet historische Paläste und Prachtbauten mit modernen Hotels, Museen und Tagungseinrichtungen. Foto: Milosz Maslanka / Shutterstock.com

MICE-Perle am Kaspischen Meer | von Hans Rodewald

Wer über den europäischen Tellerrand hinausschaut, entdeckt in Aserbaidschans Hauptstadt spannende MICE-Optionen auf Weltniveau. Viereinhalb Flugstunden von Frankfurt entfernt bietet Baku Eventplanern neueste Technik und kompetente Teams zu attraktiven Konditionen.

DIE LISTE DER Top-Venues in Baku ist lang und wächst stetig. Die Baku Crystal Hall für 25.000 Menschen wurde für den European Song Contest ESC 2012 errichtet. Die UEFA spielte das letzte Endspiel für den Europapokal im 2015 eröffneten Nationalstadion. Österreichische Architekten bauten 2015 das Baku Convention Center direkt neben das Heydar Aliyev Center. Hinzu kommen immer mehr Top-Hotels.

Leading Edge in historischer Metropole

Eindrucksvoll dominieren die Flame Towers die Skyline von Baku. Die drei Türme symbolisieren Flammen. Besonders stimmungsvoll ist die nächtliche Illumination durch LEDs. Dann züngeln rotgelbe Flammen in den dunklen Abendhimmel.

In den Türmen befindet sich das Fairmont Hotel mit 318 Zimmern und einem vielfältig nutzbaren Konferenzbereich mit eigenem Zugang. Der große Ballsaal bietet Platz für 950 Personen. Spannend

sind auch der Jazz Club sowie der Bereich des Außenbads, der nach Sonnenuntergang genutzt werden kann. Kombinationen sind möglich, sodass Tagungsteilnehmer die After-Show-Party mit einem atemberaubenden Ausblick auf die Stadt und die Baku Bay genießen können. Eine Standseilbahn führt unweit der Flame Towers vom Highland Park hinunter zum Boulevard an der Baku Bay.

Elegant wirkt das Hotel Four Seasons am Rande der Altstadt „Iceri Seher“. Die von einer Mauer umgebene Altstadt aus dem 12. Jahrhundert mit Palästen, Moscheen und Festungsbauten ist UNESCO-Welterbe. Das neue Gebäude des Four Seasons wurde mit einer klassisch prunkvollen Fassade versehen. Auch im Haus wirkt alles sehr klassisch und chic.

Der international renommierte Künstler Ali Shamsi liebt sein Atelier mitten in Bakus Altstadt „Iceri Seher“. Foto: Hans Rodewald CreativK.de

Der große Ballsaal „Segah Grand Ballroom“ bietet Platz für 500 Personen. Hohe, weiße Marmorsäulen ranken an den Rändern zur Decke, wo goldige Kronen die prunkvolle Stuckdecke streicheln. Wie Sterne funkeln die Lichter der Kronleuchter. Die technische Ausstattung ist auf dem neuesten Stand.

Vor dem Ballsaal bietet der Vorsaal Platz für rund 350 Personen. Weitere





li.: Noble Eleganz dominiert das Ambiente im Ballsaal des Four Seasons in Baku. Foto: Four Seasons Hotel Baku

Mi.: Das Hilton Baku hat die Regierung als Nachbar. Foto: Hans Rodewald CreativK.de

re.: Im JW Marriott tagt und speist man mit Blick auf die Regierung. Foto: Hans Rodewald CreativK.de

Meetingräume befinden sich im zweiten Obergeschoss. Im Cateringbereich im Erdgeschoss steht ein fast fünf Meter hoher Pizaofen.

Tagen mit Blick auf die Regierung ...

Wer dem Küsten-Boulevard gen Osten folgt, erreicht nach etwa zwei Kilometern das Regierungsgebäude sowie seitlich dazu das Hilton Baku und das JW Marriott.

Der große Boardroom „Yagut“ im Hilton beeindruckt durch seine Aufteilung und hochwertige Ausstattung mit edlen Hölzern. Der Blick durch die breite Fensterfront zielt dann direkt auf den benachbarten Regierungssitz.

In den großen Ballsaal passen 500 Personen. Er lässt sich doppelt unterteilen. Weitere Tagungsräume sind im zweiten und dritten Obergeschoss. Auffällig sind die attraktiven Dekorationen. Im



Eingangsbereich wandert der Blick sofort das etwa 20 Etagen hohe Oval mit den Außenaufzügen hinauf.

Den Höhepunkt bildet schließlich die rotierende 360-Grad-Bar in der 25. Etage. Beim Get-together nach der Konferenz kann man hier kleine Häppchen genießen und die Skyline Bakus an sich vorbeiziehen lassen. Oder man tritt hinaus auf den Außenbalkon und schaut hinunter auf die Altstadt im Westen, die Port Baku Mall im Osten oder das Kaspische Meer im Süden.

Auf der anderen Seite des Regierungshauses befindet sich das JW Marriott. Das 2011 erbaute Haus verfügt über 237 Zimmer in 23 Etagen. Der große Ballsaal bietet Platz für 1.000 Personen. Wahlweise sorgt die breite und rund sieben Meter hohe Fensterfront für viel Tageslicht. Ein Dutzend weiterer Tagungsräume steht kleineren Gruppen zur Verfügung.

Zahlreiche spannende Cateringoptionen finden sich eine Etage tiefer. Das „OroNero“ verbindet beispielsweise den Ölreichtum Aserbaidschans mit dem Olivenölreichtum Italiens. Spektakulär ist auch der begrünte Außenbereich. „Nutzen Sie unsere luxuriösen Infinity-Brunnen als Entrée für Ihr Meeting“, rät Maya Abasova vom Marriott.



... oder unmittelbar am Meer

Direkt am Meer liegt das Boulevard Hotel Baku mit 818 Zimmern und einem Ballsaal, in dem 1200 Personen Platz finden. Kleinere Tagungsräume stehen ebenfalls zur Verfügung. Das von Patrick Iserlohe geleitete Hotel besticht durch abwechslungsreiche Gestaltung in höchster Qualität. Die unterschiedlichen Restaurants geben den Gästen das Gefühl, stets in neuen Umgebungen zu sein.

Ein Convention Center der Superlative

Das ultramoderne Baku Convention Center lässt keine Wünsche offen. Der große Festsaal für 3500 Personen wird ergänzt durch zahlreiche mittlere und kleinere Säle, Balkone und Besprechungsräume. Integrierte Monitore an den Wänden und Decken können individuell genutzt werden.

Schon der Eingangsbereich wirkt wie ein Film aus der Zukunft. Die gigantische Treppe mit drei Absätzen führt hinauf zu einem riesigen Monitor. Im großen Saal, komplett in Holz vertäfelt, kann der Balkon für 1200 Personen separat genutzt werden. Der Boden lässt sich nach Bedarf anheben oder absenken, um als Tribüne oder als Ebene zu dienen. Ebenso lassen sich die Deckenmonitore absenken.

Die vielen Konferenzräume ringsum verfügen über Tageslicht, ebenso wie die Wandelgänge zwischen dem Auditorium und den Räumen. Der Außenbereich kann für PR-Maßnahmen genutzt werden.



li.: Mehman Alizade (l.), Cluster Director of Sales, und General Manager Patrick Iserlohe genießen die frische Brise auf einem Balkon des Boulevard Hotel Baku an der Baku Bay.

re.: Moderne Architektur, angenehme Farben und eine topmoderne Technik dominieren im Baku Convention Center. Fotos: Hans Rodewald CreativK.de



Die Krönung: Heydar Aliyev Center

Direkt neben dem Baku Convention Center befindet sich das Heydar Aliyev Center, benannt nach dem ehemaligen Präsidenten. Die schneeweiße Hülle fließt in weichen Formen, unterbrochen nur von den großzügigen Glasflächen. Es beheimatet das Nationalmuseum, eine Bibliothek, Ausstellungs-, Konzert- und Konferenzsäle.

1.000 Personen passen in die weiße Multifunktionshalle, die sich mittels Projektoren beliebig verwandeln und durch Trennwände dritteln lässt. Für akustisch anspruchsvolle Events bietet sich das Auditorium mit Platz für 960 Personen an. Hier geht die Decke fließend in Wände und Boden über. Helles Eichenholz sorgt für beste Akustik und eine bezaubernde Atmosphäre. Foyer und acht kleinere Besprechungsräume runden das Angebot ab.

Das Baku Convention Center und das Heydar Aliyev Center befinden sich nebeneinander auf einer Anhöhe, jeweils umgeben von großen Freiflächen. Daher können beide Center sehr gut gemeinsam genutzt werden.

Konferenzen im Grünen

20 Autominuten östlich der Innenstadt befindet sich der Dreamland Golf Club. Hier lassen sich Meetings im Clubhaus durchführen. Platz ist für 400 Personen. Weites Grün und ein illuminiertes Springbrunnen sorgen für optische Höhepunkte. Abwechslung bietet die Golfakademie, die Trainingseinheiten per Video aufzeichnen kann.

Baku ist ein aufgehender Stern

Baku bietet aufregende Hotels und spannende Venues mit Neubauten der aktuellen Dekade, außergewöhnlichem Design

li.: Reines Weiß innen und außen dominiert das Heydar Aliyev Center.

re.: Florian Sengstschmid (l.) und Fuad Nagiyev, Vorsitzender der staatlichen Tourismus-Agentur, freuen sich über zahlreiche Auszeichnungen für ihre Arbeit. Fotos: Hans Rodewald CreativK.de

und modernster Technik. Die Mitarbeiter sind kompetent und aufmerksam und freuen sich über Teilnehmer und Gäste. „Ein Nein gibt es bei uns nicht“, sagt Nazrin Shamkhalova vom Baku Convention Center. Farida Hasanova vom Hilton Baku bestätigt diese Grundhaltung: „Wir hatten ‚Die Mannschaft‘, die deutsche Fußball-Nationalelf hier. Da muss man kurzfristig auf die Wünsche eingehen und individuelle Lösungen zaubern können.“

Sobald sich die Qualität Bakus unter europäischen Eventplanern herumgesprochen hat, wird die Nachfrage sicher explodieren. Daher ist jetzt wohl die beste Zeit, Baku als MICE-Destination zu entdecken.

„Das Geschäftsleben ist schnell in Baku und vergleichbar mit internationalen Metropolen“, erkennt Patrick Iserlohe, General Manager des Boulevard Hotel. Im Jahr 2005 kam er zum ersten Mal in die Stadt. Seit 2019 ist er wieder hier und leitet heute Bakus größtes Konferenzhotel direkt am Meer mit 818 Zimmern. „Wir sind ausgebucht“, beschreibt er die aktuelle Lage. „Die Nachfrage, vor allem in den Sommermonaten, ist sehr hoch.“

Der Aachener, Vater von drei Kindern, lebt gerne in Aserbaidschan. „Hier kann man viel erleben. Aserbaidschan ist authentisch. Die Lebensqualität ist hoch

und das Leben macht einfach Freude. Es gibt ein tolles Meer, viele Strände, Wälder, selbst die Berge zum Skifahren sind nicht weit.“

Iserlohe arbeitete auch in Europa, Australien, Südafrika, Oman, Nepal, Russland und Tadschikistan. An Baku fasziniert ihn die Haltung seiner 550 Mitarbeiter: „Die Mitarbeiter sind Teil des Erfolges und hochmotiviert, die Stadt und ihr Land zu gestalten. Unsere Gäste spüren und erkennen, dass sie hier wirklich herzlich willkommen sind.“

„Baku ist eine unbekannte Schönheit. Jeder, der hierher kommt, ist positiv überrascht“, berichtet Florian Sengstschmid. Seit 2018 leitet der Österreicher das Azerbaijan Tourism Board. Am meisten freut er sich über die breite Vielfalt im Land. „Wir leben hier eine kulturelle und religiöse Vielfalt. Muslime, Juden, Christen und viele andere genießen ein friedliches Miteinander. In der heutigen Zeit ist das ganz besonders wertvoll. Die Menschen sind tolerant und weltoffen.“

Das gelte insbesondere für die Rolle der Frauen: „Schon im Jahr 1919 räumte Aserbaidschan als erster mehrheitlich muslimischer Staat den Frauen die gleichen politischen Rechte ein wie den Männern.“

Die Vielfalt zeige sich in unterschiedlichen Bereichen: „Wir verbinden Europa mit dem Orient und mit Asien. Die mittelalterliche, orientalische Altstadt liegt direkt neben imposanten Jugendstilvillen und postmoderner Architektur.“ Am wichtigsten sind dem 45-Jährigen jedoch die Menschen. „Wir haben eine junge und engagierte Bevölkerung. Alle wollen die Zukunft gestalten. In dieser Umgebung macht die Arbeit richtig viel Freude.“

DIE RICHTIGEN TOOLS ...

... in Sachen Nachhaltigkeit bekommen Sie bei uns:
fairpflichtet (Kodex) und Green Globe (Zertifikat)

Drehen Sie an den richtigen Schrauben – sparen Sie auf lange Sicht Kosten und gestalten Sie den Wettbewerb nachhaltig mit.

EVVC und GCB – gemeinsam für mehr Nachhaltigkeit in der Veranstaltungsbranche.

EVVC Service- und Veranstaltungs-GmbH
Verena Unden | verena.unden@evvc.org
www.fairpflichtet.de | www.greenglobe.com/germany



Elektrisches Gefühl – was packe ich in meine digitale Toolbox?



Prof. Stefan Luppold. Foto: Sascha Reichert

Schon wieder digital, schon wieder elektrisch – wo wir doch Begegnungskommunikation und Face-to-Face realisieren wollen.

Allerdings kommen wir an den Trends der Branche nicht vorbei; die beschreiben uns die großen Zukunftsforscher ebenso wie das German Convention Bureau. *Event der Zukunft* von Christiane Varga wurde 2016 publiziert – eigentlich schon überprüfbar, ob das Prognostizierte so eingetreten ist. Ebenso die diversen GCB-Studien, die wir an der Gegenwart spiegeln können. Entwurf und Wirklichkeit sind, wie das bei solchen in die Zukunft gerichteten Beschreibungen ist, häufig dicht beieinander – und oft auch nicht.

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

Spürbar ist, dass Technologie als Treiber tatsächlich viele Veränderungen bereithält. Für das *Pop-Up-Labor Digitalisierung* des Wirtschaftsministeriums Baden-Württemberg habe ich Berichte über Branchentrends recherchiert; ob das nun der Beitrag *Die 111 wichtigsten Trends der MICE-Branche* betrifft oder *10 Tools für Konferenzen und Tagungen*: Besonders präsent sind dort digitale Werkzeuge. Und stets entlang des Hinweises auf eine unvermeidbare digitale Transformation – was immer damit gemeint ist.

Tatsächlich sind wir mitten in dieser Veränderungssituation, das ist Realität, Gegenwart. Kongressdestinationen und Locations machen sich fit für Alexa, Siri und Kolleginnen: Die Frage *Wo kann ich gut tagen?* wird dann adäquat beantwortet. Branchenkonferenzen weisen in ihren Einladungen darauf hin, dass der Einlass über eine Gesichtserkennung erfolgen wird. Und kein Stand der begleitenden Fachausstellung, an dem man nicht eine VR-Brille übergestülpt bekommt. *Jürgen Klopp*, Cheftrainer des FC Liverpool, wird als Hologramm in eine Pressekonferenz geholt. Drohnen sorgen für beeindruckende Videoaufnahmen, als Teil unserer Veranstaltungsdokumentation. Und Roboter begrüßen uns am Eingang oder bereiten das Rührei am Frühstücksbuffet zu.

Definitiv schwer ist die Entscheidung, welche dieser Tools denn in den eigenen Werkzeugkoffer wandern sollen: zu viel an Studien und Reports, zu wenig an Beispielen und Erfahrung. Da helfen zunächst einige Kriterien, die eine Bewertung schaffen:

● Günstiger, schneller, besser

Hilft mir das Tool dabei, das gewünschte Ergebnis mit weniger Aufwand zu erreichen? Bin ich damit schneller am Ziel, ist das Resultat gegebenenfalls ein besseres? Das ist ein sehr kritischer Maßstab etwa beim Thema Gesichtserkennung: What is in for me? Ist die Einlass-Situation damit besser zu bewerkstelligen, spare ich gegenüber einem normalen Ticket (oder einem Ticket mit QR-Code oder RFID-Chip) Zeit? Gab es bisher Einlass-Staus, die ich so vermeiden kann?

● Support oder Substitution

Unterstützt das Tool meinen bisherigen Prozess oder löst es vorhandene Werkzeuge ab?

Gesichtserkennung wird von einzelnen Teilnehmern noch kritisch gesehen, die Preisgabe biometrischer Daten vermieden. So bleibt nur der Support, da das bisherige System nicht vollständig abgelöst werden kann. Mehraufwand, der jetzt noch kritischer unter den Kriterien *besser, günstiger, schneller* betrachtet werden muss!

● Nachhaltiger

Dabei denken wir immer an ökologische Aspekte – recycelbare Namensschilder und Teller aus Bambus. Mit Nachhaltigkeit ist hier die Wirkung gemeint: Erhöhe ich die Wirkung, damit auch die Erinnerung, durch das Tool? Vermutlich ein Pluspunkt für die Gesichtserkennung, ein Gadget, eine technologische Besonderheit. Jedoch hilft die Erinnerung daran nicht, wenn sie nicht verbunden ist mit dem Inhalt, dem Content der Veranstaltung. Darum geht es ja in erster Linie!

● Zielkonformität und Teilnehmerpassung

Unterstützt das Tool meine Ziele, zum Beispiel Lernen, Entscheidungen treffen, motivieren, entwickeln oder informieren? Können die Teilnehmer damit umgehen, passt es zu den Menschen, für die es gedacht ist? Da finden sich für die Gesichtserkennung keine Argumente – es ist lediglich ein organisatorisches Tool.

In meiner persönlichen Toolbox finden sich auf jeden Fall die Werkzeuge, mit denen ich die *Ziele interaktiv* erreichen kann – also beispielsweise Ideensammlungs-, Abstimm- und Bewertungssysteme. Daneben Hilfen für den *Matchmaking*-Prozess: gute Menschen getroffen zu haben ist nachhaltig und stiftet Nutzen. Das gilt dito für die *Visualisierung* – die beim Verstehen und Erkennen hilft, Teilnehmer aktiviert und Inhalte transportiert. Hierzu zählt auch Mixed Reality (die Kombination aus Augmented und Virtual Reality). Schließlich alles rund um *hybride Events*; eine Verlängerung der Veranstaltung in die Vor- und Nachphase, eine Reichweitenerhöhung durch Streaming und eine Einbindung der Teilnehmer mittels eines virtuellen Dialogs.

Vielleicht gelingt uns dann noch eine wertige *Nachbereitung* mithilfe digitaler Werkzeuge; etwas, das den Tagungsband oder die CD-ROM so ergänzt, dass wir noch lange froh darüber sind, dabei gewesen zu sein!

listening
understanding
talking

worldwide

Your full-service supplier for professional conference
and event technology.

www.braehler-convention.com





Ein Ort, wo Pioniergeist zu Hause ist.
Seit 1892.



Kitzbühel, Ihre einzigartige Tagungsdestination.

Kompetent. Effizient. Individuell.

mice.kitzbuehel.com

Kitzbühel