

TAGEN

April 2018

www.wuw-magazin.de

Pop-up-Hotel „Zwischennutzung“ eines historischen Gebäudes s. 36

Rahmenprogramme Zur EM bitte mehr als Torwandschießen s. 40

Seminare So gestalten Profis kreative Kaffeepausen s. 44

Design Thinking

Neue Methode braucht kreative Räume s. 18

Auflage:
25.000
Exemplare





TAGEN IN DER EXKLUSIVEN SHOPPING-METROPOLE

OUTLET CITY . COM

Verbinden Sie Ihren Tagungsaufenthalt mit einem einzigartigen Shopping-Erlebnis in der OUTLET CITY METZINGEN! In der Heimatstadt von Hugo Boss erwarten Sie zahlreiche Luxus- und Premiummarken in exklusiven Flagship Outlets. Die preisgekrönte Architektur bietet ein unvergleichliches Einkaufsflair gepaart mit spektakulären Events.

In direkter Nähe zur OUTLET CITY METZINGEN befindet sich das Hotel Schwanen. Mit Seminar- und Veranstaltungsräumen für bis zu 180 Personen gehört es zu den '250 besten Tagungshotels Deutschlands'.

Lassen Sie den Tag im hoteleigenen Restaurant bei kulinarischen Highlights in absoluter Wohlfühl-Atmosphäre ausklingen.

VIP SHOPPING SPECIAL

Gegen Vorlage dieser Anzeige an der Tourist Information Metzgingen erhalten Sie Ihren persönlichen **VIP Shopping Pass** mit zusätzlichen Preisvorteilen.
Zusätzlich reduzierte Ware ausgeschlossen. Gültig bis 31.12.2018.

EIN EINZIGARTIGER KOOPERATIONSPARTNER IM MICE-BUSINESS

- Rahmenprogramme für Ihre Veranstaltungen
- Außergewöhnliche und aufregende Incentives
- Exklusive Kooperations- und Mitarbeitervorteile
- Zusätzliche Preisvorteile für Ihre Gruppenanmeldung

Anmeldung unter www.outletcity.com/b2b
Kontakt unter b2b@outletcity.com oder +49 (0) 7123 92 34 880

7 FOR ALL MANKIND
ADIDAS
ARMANI
BALLY
BOSS
BOTTEGA VENETA
BURBERRY
COACH
CONVERSE
DESIGUAL
DIANE VON FURSTENBERG
DIESEL
DOLCE & GABBANA
ERMENEGILDO ZEGNA
ESCADA
ESPRIT
ETRO
FOSSIL
GUCCI
GUESS
HACKETT
JACK & JONES
JIMMY CHOO
LA PERLA
LACOSTE
LEVI'S
LINDT
MARC O'POLO
MAX MARA
MICHAEL KORS
MISSONI
MONCLER
NAPAPIJRI
NIKE
OAKLEY
PETIT BATEAU
PORSCHE DESIGN
REEBOK
S. OLIVER
SAMSONITE
SCHIESSER
SEIDENSTICKER
SIGIKID
SUPERDRY
SWAROVSKI
SWATCH
THE BEAUTY SPOT PERFUMERY
THE NORTH FACE
TIMBERLAND
TOD'S
TOM TAILOR
TOMMY HILFGER
TORY BURCH
VERO MODA
WMF
ZWILLING
UND VIELE MEHR

Wozu Design Thinking?



Design Thinking heißt: Eine Gruppe von Mitarbeitern eines Unternehmens (im Idealfall sind auch Kunden dabei) trifft sich zu einem moderierten Kommunikationsprozess, bei dem sich strenge Analyse und intuitives Denken in einer geordneten Art und Weise abwechseln. Der Kommunikationsprozess ist quasi designt.

Für mich und für viele andere ist es immer wieder ein großer Spaß, dass zu diesem Prozess auch die Produktion von Prototypen gehört. Nach einer Phase der Beobachtung, der Analyse und des freien Assoziierens wird ein „Objekt“ gebastelt, um den Mitstreitern die von einem selbst phantasierten Lösungsbilder besser erklären zu können.

Diese Prototypen sind Gegenstände des Lernens. Durch Feedback und eigene Überlegungen werden sie ständig verändert. So zu arbeiten, ist in der Regel ausgesprochen kreativ und lustvoll. Keiner denkt an die Vergangenheit, sondern nur an die Zukunft, von der man nicht ganz zu Unrecht annimmt, dass man gerade dabei ist, sie zu beeinflussen.

Es kann zwar keine Garantie geben, dass Kreativität freigesetzt wird, aber ich kann nur jedem Hotelier raten, sich und sein Team einmal probenhalber einem solchen Kreativitätserleben auszusetzen. Ideal wäre es, wenn dazu Kunden – also die Tagungsverantwortlichen und die Personalentwickler aus der Industrie – eingeladen würden. Denn nur gemeinsam kann man erkennen, was in der Zukunft wichtig sein wird.

Wir brauchen mehr innovative Trendsetter in der Seminar- und Tagungshotellerie. Ein Anfang ist immerhin gemacht (siehe Seite 24). Ansonsten gilt der Satz: Wenn die Geschäfte stagnieren, hat man einfach nicht genug neue Dinge ausprobiert.

Viel Erfolg beim Tagen und viel Spaß beim Lesen wünscht

Martin Pichler
Chefredakteur „wirtschaft + weiterbildung“



Wir brennen für
unsere Kunden...
...und für unsere
neuen interaktiven
Veranstaltungsformate!

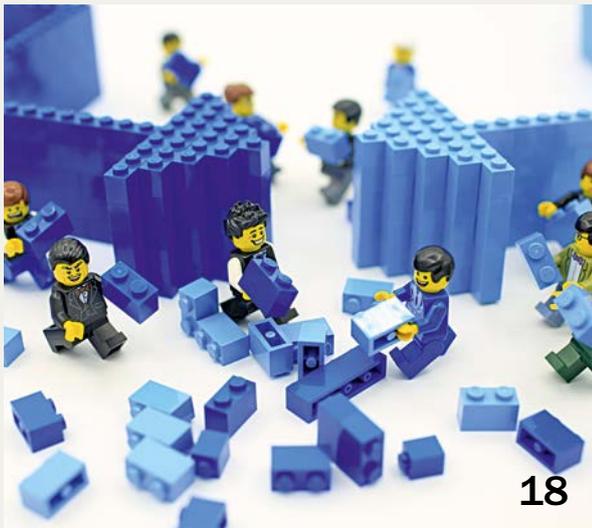
CAMPFIRE PECHA KUCHA
WORLD CAFÉ OPEN SPACE
FISHBOWL

159 Zimmer & Suiten
27 Tagungsräume
2.750 m² Veranstaltungsfläche
Jugendstil-Theater
39.000 m² Außenflächen
umgeben vom Kurpark

Buchen Sie unter dem
Stichwort „Feuer & Flamme“

CONVENTION SALES

T +49 6032 303 682 · F +49 6032 303 686
conference@dolcebadnauheim.com
dolcebadnauheim.com
Elvis-Presley-Platz 1 · 61231 Bad Nauheim



Innovationsmethode. Viele „Design-Thinker“ veranstalten ihre Workshops gerne in Hotels, die große, hohe Räume, überwiegend fahrbares Mobiliar und viel buntes Bastelmaterial zu bieten haben. Die Hintergründe dazu lesen Sie in unserer Titelgeschichte.

aktuell

06 Nachrichten

Boris Becker macht witzige Werbung für eine Hotelkette – Dorint kauft den „Herrenkrug“ – private Hochschule ESMT ist neue Berliner Tagungslocation! Lesen Sie unsere Tagungsnews ab Seite 6.

tagen

18 Zum Design Thinking ins Hotel

Diese neue Methode, die Unternehmen mit dringend benötigten Innovationen versorgt, funktioniert nur in kreativen Räumen. Hotels können Hilfestellung leisten.

28 MBT Meetingplace mit Ausstellerrekord

Zu den Ausgaben des „MBT Meetingplace 2017“ in Frankfurt und München kamen mehr als 250 Aussteller.

30 Tagungshotels unter den „schönsten Hotels“

Das Magazin „Geo Saison“ hat wieder die „100 schönsten Hotels in Europa“ vorgestellt. Darunter sind auch deutsche Tagungshotels.



Kultur | Kongress | Zentrum
STADTHALLE
Mülheim an der Ruhr

www.stadthalle-muelheim.de



| Veranstaltungsräume für 10 bis 1.000 Personen
| ca. 2.000 m² Ausstellungsfläche
| 400 Parkplätze am Haus

Interessenten können gerne eine Email an stadthalle@mst-mh.de schreiben oder sich telefonisch unter 0208 / 940 960 melden.

Naturverbundene Dame, stolze 90, keineswegs in die Jahre gekommen, elegant-stilvolle Erscheinung, moderner Technik nicht abgeneigt, ausgezeichnet und zertifiziert, mit flussromantischer Seite, wohnhaft in Mülheim an der Ruhr, sucht **SIE** für Eventmomente im besonderen Ambiente.

Dabei spielen Veranstaltungsvorlieben keine Rolle, da sehr aufgeschlossen für alle Formate.



36 Übernachten im Pop-up-Hotel

In die Räume der ehemaligen Bayerischen Staatsbank ist vorübergehend das Hotel „The Lovelace“ eingezogen. Die Gäste sind begeistert – von den umgebauten Büros und dem allabendlichen Kulturprogramm.

40 Mehr als Torwandschießen

Die nächste Fußballeuropameisterschaft bietet Unternehmen wieder einmal die Gelegenheit, das beliebte Thema „Fußball“ als Rahmenprogramm zu nutzen.

44 Kreative Kaffeepausen

Hoteliere sorgen seit jeher dafür, dass Tagungsteilnehmer Kaffee, Tee und Snacks in ihren Pausen bekommen. Motto: Kurz stärken und dann wieder arbeiten. Dazu reicht eine Kaffeekanne und ein Gebäckeller. Doch es geht auch besser, wie einige Beispiele zeigen.

50 Hotelnachwuchs will besser geführt werden

Der Kongress „Hotalents“, den junge Angestellte des Seminarhotels Palatin, Wiesloch, für alle jungen Hotelmitarbeiter in Deutschland organisierten, war erfolgreich. Es trafen sich 250 junge Hotelfachleute und forderten mehr und bessere Führung.

impressum

www.wuw-magazin.de/www.acquisa.de/

Redaktion

Martin Pichler (v.i.S.P.)
martin.pichler@haufe-lexware.com

Autoren dieser Ausgabe

Katrin Nauber-Happel, Gudrun Porath,
Bärbel Schwertfeger

Grafik/Layout

Maria Nefzger,
Haufe-Lexware GmbH & Co. KG

Titelseite

Lewis Tse Pui Lung / shutterstock.com

Verlag

Haufe-Lexware GmbH & Co. KG
Munzinger Straße 9, D-79111 Freiburg
Herausgeber: Reiner Straub
www.haufe.de

Druck

Senefelder Misset,
Doetinchem

TAGEN

Anzeigen

Anzeigenverkaufsleitung
Bernd Junker
Tel. 0931 2791-556
bernd.junker@haufe-lexware.com

Anzeigenverkauf

Annette Förster
Tel. 0931 2791-544
Fax 09367 987604
annette.foerster@haufe-lexware.com
Michael Reischke
Tel. 0931 2791-543
Fax 0931 2791-477
michael.reischke@haufe-lexware.com

Anzeigendisposition

Inge Fischer
Tel. 0931 2791-433
Fax 0931 2791-477
inge.fischer@haufe-lexware.com

HAUFE.

Nachdruck und Speicherung in elektronischen Medien nur mit ausdrücklicher Genehmigung des Verlags und unter voller Quellenangabe. Für eingesandte Manuskripte und Bildmaterialien, die nicht ausdrücklich angefordert wurden, übernimmt der Verlag keine Haftung.



TAGEN UND TAFELN IM KLOSTER

Geistige Inspiration, neues Denken, fortschrittliche Ideen: Als vielfach ausgezeichnetes Konferenzhotel bietet die detailgetreu restaurierte Barockanlage des ehemaligen freien Reichsstifts einen außergewöhnlichen Rahmen für erfolgreiche Coachings und effektive Trainings, anspruchsvolle Seminare und vertrauliche Gespräche.

- 83 stilvoll eingerichtete und komfortabel ausgestattete Gästezimmer
- 15 individuell gestaltete Tagungsräume mit modernster Tagungstechnik
- einmalige, individuell gestaltete Rahmenprogramme und Aktionen

WWW.KLOSTER-IRSEE.DE



Kloster
Irsee

Tagungs-, Bildungs-
und Kulturzentrum des
Bezirks Schwaben



Boris Becker. Der Tennisspieler sammelte in seinem Leben bereits ausreichend Kameraerfahrung – hier als TV-Moderator bei den US Open 2017 in New York.

Foto: Leonard Zhukovsky / shutterstock.com

MARKETING

Boris Becker macht witzige Hotelwerbung

Die Hotelkette B&B Hotels wirbt ab sofort mit Boris Becker. In einem Werbefilm, der im Internet läuft, macht sich Becker über seine eigene Insolvenz lustig. Er liegt in einem B&B-Zimmer (angezogen) auf dem Bett, schaut ernst in die Kamera und sagt:

„Heute möchte ich mich offiziell zu der Frage äußern: Wo hat Boris Becker nun sein ganzes Geld gelassen?“ Nach einer Pause antwortet er: „Hier bestimmt nicht.“

Becker spielt damit auf die Niedrigpreisstrategie von B&B an, wo eine Übernachtung in

der Regel unter 50 Euro kostet. Die Budgethotelkette ist in Deutschland mit 102 Hotels und über 10.500 Zimmern vertreten.

Laut Medienberichten ist die Berliner Agentur Römer Wildberger für den Spot und die Selbstironie, die im Netz für

viel Aufmerksamkeit sorgte, verantwortlich. Marketingexperten vermuten, dass der Name Boris Becker derzeit in der Öffentlichkeit so präsent ist wie in den vergangenen 20 Jahren nicht. Der Deal sei für beide Seiten lukrativ, meinte ein B&B-Manager.

MESSE DORTMUND

Mehr Hotels auf der „Best of Events“

Die Messe „Best of Events International“ lockte 550 Aussteller aus 13 Ländern und 10.400 Besucher nach Dortmund. Sabine Loos, Hauptgeschäftsführerin der Westfalenhallen Dortmund GmbH, betonte, dass zu den größten Ausstellern und Besuchergruppen die Event-Agenturen gehört hätten. Außerdem seien in diesem Jahr deutlich mehr Tagungshotels unter den Ausstellern gewesen. Das habe wohl daran gelegen, dass die DFV Mediengruppe, ein Fachverlag aus Frankfurt am Main, einen Gemeinschaftsstand für Hotels organisiert habe, der sehr gut von den Besuchern angenommen worden sei. Das Motto der Event-Veranstalter lautete in diesem Jahr: „Fill your life with adventures, not things. Have stories

to tell, not stuff to show“. Damit wird darauf angespielt, dass es jungen Menschen laut Meinungsforschung immer wichtiger werde, gemeinsam mit Freunden etwas zu erleben, statt sich dem Konsum hinzugeben.



Foto: Pichler

Walking Act. Als Bäume verkleidete Schauspieler werben für Öko-Themen.

AWARD

„Hotelier des Jahres 2018“

Die Gründer der Kette „Roomers-Hotels“, Micky Rosen und Alex Urseanu, wurden mit dem Award „Hotelier des Jahres“ ausgezeichnet. Bereits seit 1990 ehrt die „AHGZ Allgemeine Hotel- und Gastronomie-Zeitung“ auf diese Weise herausragende Hoteliers. Die Jury sagte zur diesjährigen Entscheidung: „Rosen und Urseanu entwickelten viele Projekte aus Hotellerie, Gastronomie und Event gegen den Strom. Gefühle spielten dabei stets eine große Rolle.“ Sie selbst sprächen völlig zu recht von „Orten der Verführung“.

Neues „Carmen Würth Forum“ wird gut angenommen

Das Kongress- und Kulturzentrum „Carmen Würth Forum“ in Künzelsau wird von den Besuchern gut angenommen: Seit dem Start am 18. Juli 2017 kamen rund 50.000 Gäste, die eine Vielzahl an kulturellen Veranstaltungen besuchten. Aber auch die Business Events waren ausgebucht.

Neben den Führungskräftekonferenzen der Würth-Gruppe wird das „Carmen Würth Forum“ auch von Unternehmen und Verbänden aus der Region als Tagungsort genutzt. So fand hier der

Frühjahresempfang der IHK Heilbronn-Franken statt.

Entworfen wurde das Kongress- und Kulturzentrum vom britischen Stararchitekten David Chipperfield, der laut Fachkritikern für eine klare, selbstbewusste Architektursprache steht.

Das Forum besteht aus zwei „Schmuckstücken“ – dem „Reinhold Würth Saal“ (Konzertsaal für rund 600 Besucher) und dem „Großen Saal“, der für bis zu 2.500 Besucher ausgelegt ist und sich gleichermaßen für Kongresse, Kon-

zerte, Messen, Ausstellungen oder Firmenveranstaltungen eignet. Während der untere Bereich des „Großen Saals“ in

die Erde eingelassen ist, erhebt sich die obere, rundum verglaste Galerieebene über den höchsten Punkt des Geländes.



Carmen Würth Forum. Stararchitekt schuf ein „selbstbewusstes“ Gebäude.

Foto: Würth Gruppe

TAGUNGSHOTELLERIE

„Herrenkrug“ in Magdeburg verkauft

Das vielfach ausgezeichnete Tagungshotel „Historisches Herrenkrug Parkhotel an der Elbe“ in Magdeburg wurde Anfang des Jahres 2018 von seinen Gesellschaftern, überwiegend Privatinvestoren, an die Dorint GmbH, Köln, verkauft.

Das Haus heißt künftig „Dorint Herrenkrug Parkhotel Magdeburg“. Das denkmalgeschützte Gebäudeensemble gewann erst im letzten Herbst den zweiten Platz in der Kategorie „Kongress“ des Wettbewerbs „Die besten Tagungshotels in Deutschland“. Der 1676 erbaute Herrenkrug wurde

1994 restauriert und erweitert. Heute verfügt das Hotel über 147 Hotelzimmer, ein Restaurant, eine Bar, einen 300 Quadratmeter großen Wellnessbereich und einen weitläufigen Biergarten, der auch für Outdoor-Rahmenprogramme genutzt wird. Es gibt außerdem zehn Kongressräume für bis zu 900 Gäste und eine 360 Quadratmeter große Ausstellungsfläche. Dorint will in den kommenden Jahren den Umsatz verdoppeln und auf 90 Häuser anwachsen. Derzeit hat die Kette 45 Häuser (280 Millionen Euro Jahresumsatz).



Foto: Pichler

Heike Nagott. Die Verkaufs- und Marketingdirektorin stellte den „Herrenkrug“ auf der „Best of Events 2018“ in Dortmund vor.

RÜCKBLICK AUF 2017

Deutsche Messen zufrieden

In Deutschland wurden auf 157 internationalen und nationalen Messen im Jahr 2017 im Vergleich zu den jeweiligen Vorveranstaltungen rund 2,5 Prozent mehr Aussteller registriert, die etwa 2 Prozent mehr Standfläche gebucht hatten. Lediglich die Besucherzahl ging leicht um 0,5 Prozent zurück – was an den geringeren Besucherzahlen bei den Automobilmessen lag.

Diese aktuellen Zahlen stammen vom Verband der deutschen Messewirtschaft (AUMA). Messen seien in der B2B-Kommunikation das mit Abstand wichtigste Instrument. Fast 48 Prozent der Marketingetats gäben deutsche Unternehmen für Messebeteiligungen im In- und Ausland aus. Für 2018 rechnet der AUMA bei den 178 geplanten Messen erneut mit leicht wachsenden Ausstellierzahlen.

ROMANTIK HOTEL SCHLOSS RHEINFELS

Statt Hotelprospekt gibt es ein Buch

Gerd Ripp, Eigentümer des Romantik Hotel Schloss Rheinfels in St. Goar, bleibt seinem Image als Querdenker treu und

überrascht die Branche mit einer (wie er selbst findet) „revolutionären“ Idee: Alle schriftlichen Unterlagen des Hotels – von der Zimmerpreisliste bis hin zur Speisekarte – werden ab sofort in einem „All-in-one-Buch“ zusammengefasst. Außerdem enthält das 160-Seiten-Werk Hintergrundinformationen über Sonderarrangements, über die touristischen Highlights der Region und zum Beispiel über wichtige Lieferanten und deren Spezialitäten. Künftig ersetzt das Buch alle Flyer, Broschüren und Speisekarten. „Mit diesem Konzept beschreiten wir einen völlig neuen und vor allem effektiveren Weg in Sachen Marketing“, so Ripp. Anders als bei Drucksachen, die meist nach dem Anschauen direkt im Müll landeten, stelle ein aufwendig gefertigtes Buch einen Mehrwert dar. www.yumpu.com/kiosk/schloss-rheinfels

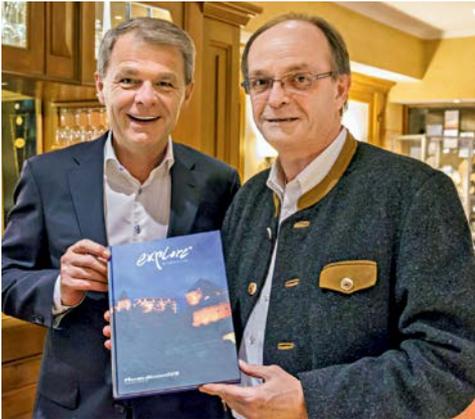


Foto: Romantik Hotels

Buchpräsentation. Thomas Edelkamp (Vorstand der Romantik-Kette, links) mit Gerd Ripp (Eigentümer des „Rheinfels“).

TOP-JOB-SIEGEL

Zwei Hotels dabei

In Berlin wurden Ende Februar 85 mittelständische Unternehmen für ihre vorbildlichen Arbeitgeberqualitäten mit dem Top-Job-Siegel ausgezeichnet. Mit dabei waren auch zwei Hotels: das „Best Western Plus Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum“ in Wiesloch und die Hotelkette „B&B Hotels“ mit Sitz in Hochheim am Main. Das Palatin wurde gelobt, weil es den Mitarbeitern von Beginn an auf Augenhöhe begegne und die gemessene Arbeitszufriedenheit sei hoch. Die B&B Hotels wurden geehrt, weil es anspruchsvolle Teambuildingmaßnahmen für die Mitarbeiter gebe.



Aldiana Gruppen & Incentives

Aldiana Gruppen & Incentives

Deutschland
Telefon +49 6171 / 6311 333
Fax +49 6171 / 6311 444
E-Mail gruppen@aldiana.de
Homepage www.aldiana.de
Facebook www.facebook.com/aldianagruppen

Österreich
Telefon +43 800 / 400049 (kostenfrei)
E-Mail gruppen@aldiana.de

Aldiana GmbH · Thomas-Cook-Platz 1 · D-61440 Oberursel

Unsere Erfahrung ist Ihr Vorteil

- perfekt kalkulierbares Budget dank All Inclusive
- exzellente Gastronomie
- attraktive Tagungsmöglichkeiten
- Exklusivanmietungen nach Maß
- fachkundige Planung und Betreuung
- ausgefallene Rahmenprogramme

... perfekt für Ihr Teambuilding

Besuchen Sie uns auf der IMEX in Frankfurt vom 15.05. bis 17.05.2018



Foto: Pichtler



Stadthalle Kassel. Künftig mehr Mittel für die Vermarktung.

LOCATION

Kassel Convention Bureau stellt sich neu auf

Karina Gutzeit übernahm Ende 2017 die Leitung des Kassel Convention Bureau (KCB), das ab sofort als eigenständiger Geschäftsbereich der Kassel Marketing GmbH fungiert.

Das KCB wurde mit neuen personellen und finanziellen Mitteln ausgestattet und soll Kassel als attraktiven Standort für Tagungen und Kongresse stärken. Zur Zeit entwickelt das KCB neue Produkte zur überregionalen Vermarktung der Tagungsdestination Kassel. Die Stadt gilt unter Experten als eine Topadresse für Kongresse. Dafür spricht die zentrale Lage in Deutschland,

eine gute Infrastruktur und vor allem die Qualität einer Vielzahl von Tagungshotels sowie das breit gefächerte Angebot für Rahmenprogramme.

Gutzeit: „Kassel befindet sich ganz klar im Aufwärtstrend und wird als attraktiver MICE-Standort inzwischen deutschlandweit immer stärker wahrgenommen.“ In Planung ist eine Kick-off-Veranstaltung mit 28 Kasseler Unternehmen aus der Tagungs- und Kongressbranche. Gemeinsam, so Gutzeit, wolle man eine Zukunftsstrategie entwickeln, um Kassels große Potenziale optimal zu nutzen.

KONGRESS-KOOPERATIONEN

Kongressstädte bilden Netzwerk

16 mittelgroße deutsche Städte gründeten kürzlich das Netzwerk „Smart Convention Cities Germany“. Wie die Fachzeitschrift „Events“ berichtet, liege das Ziel des Netzwerks darin, bei der Neukundenakquisition gemeinsam besser voranzukommen. Die Standortvorteile mittelgroßer Städte sollten „präziser“ in Szene gesetzt werden.

Mitglieder des Netzwerks „Smart Convention Cities Germany“ sind die offiziellen Kongressorganisationen der Städte Baden-Baden, Bielefeld, Braunschweig, Bremen, Erfurt, Freiburg, Erlangen, Heidelberg, Jena, Karlsruhe, Kassel, Magdeburg, Lübeck, Münster, Osnabrück, Weimar und Wiesbaden.



SEMINARIS
HOTELS & MEETING RESORTS

Eine gute Wahl

»Beste Tagungshotels Deutschlands«

Zertifiziertes
Tagungs-Know-How

Infobroschüre:
(041 31) 713-888 · sales@seminaris.de



Ein Unternehmen der Seminaris Hotel- und Kongressstätten-Betriebs-GmbH, Sitz der Gesellschaft: Wittenstraße 30 / Haus F, 13509 Berlin



HOHENWART FORUM

**NET' WORKING
NATÜRLICH
PROFESSIONELL**

Mitglied 2017/2018
**TOP 250
GERMANY
DIE BESTEN
TAGUNGS
HOTELS
DEUTSCHLAND**
www.Top250tagungshotels.de

EMAS
Environmental Management
DE - 164 - 0038

**KLIMA
KOLLEKTE**

**KUNSTWERKE
HIGHLIGHTS
2018**

HOHENWART FORUM

HOHENWART FORUM GMBH

Schönbornstraße 25 • 75181 Pforzheim-Hohenwart
Tel.: 07234 - 606 - 0 • Fax: 07234 - 606 - 46
info@hohenwart.de • www.hohenwart.de

KÖLNER TAGUNGSMARKT 2017

Rekord: Mehr als vier Millionen Tagungs- und Event-Teilnehmer

Der Tagungsmarkt in Köln entwickelt sich positiv: Insgesamt fanden im Jahr 2017 genau 49.521 Veranstaltungen (+ 1,8 Prozent) mit 4,003 Millionen Teilnehmern (+ 4,7 Prozent) statt. Zudem stieg die Zahl der Veranstaltungsstätten auf 174 (+ 5) Locations an. 71 Prozent der gesamten Veranstaltungen sind auf Tagungen und Kongresse zurückzuführen, die weiteren 29 Prozent auf Events.

Die wichtigsten Veranstalter von Tagungen waren Banken und Versicherungen, gefolgt von Pharmafirmen. Platz drei belegt die EDV-Branche, die erstmals vor den Kommunikationsunternehmen liegt. Die internationalen Veranstalter, die in Köln Tagungen durchführen, kommen überwiegend aus den USA und Großbri-

tannien. In diesem Jahr feiert das Cologne Convention Bureau (CCB) sein zehnjähriges Bestehen. Die unabhängige Einheit, die 2008 gegründet worden war, um den Tagungs- und Kongressstandort national und international zu vermarkten, bewirbt neben der vorhandenen Ausstattung des Standorts wie Locations, Hotels und Infrastruktur insbesondere die Kompetenzen Kölns in Sachen Wissenschaft und Wirtschaft. Das CCB stützt sich auf ein starkes Netzwerk von rund 150 Partnern und

konnte in den vergangenen zehn Jahren in Zusammenarbeit mit Leistungsträgern aus der Branche sowie der Wissenschaft eine Vielzahl von Kongressen für Köln gewinnen. Seit Beginn der Marktforschung für den Kongressbereich im Jahr 2009 entwickeln sich die Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen konstant positiv: 2009 wurden noch 41.500 Veranstaltungen mit 3,13 Millionen Teilnehmern gezählt. Damit sind die Teilnehmerzahlen bis 2017 um beinahe 30 Prozent gestiegen.



Köln. In den Mauern der Stadt gibt es 174 Tagungs- und Eventlocations.

Anfragetelefon: 030 - 526 80 21-200

BESONDERE ORTE – Tagungen · Kongresse · Seminare

Nachhaltig tagen in außergewöhnlichen Orten

- 18 Jahre Eventerfahrung
- Sechs Locations mitten in Berlin
- Räume für 15 bis 500 Personen
- Freies WLAN
- Alles aus einer Hand: Catering Technik, Ausstattung und Branding
- 100% Bio-Getränke und 100% Öko-Strom

BESONDERE ORTE



Incentiveangebote für Ihren Event:

- Berlin er“fahren“ – bei City-Touren mit **Berlin on Bike**
- Verschiedene Teamevents mit unserem Partner **teamgeist** erleben
- Berlin bei Stadtpaziergängen und Kirchenführungen mit **Crossroads** erkunden



PARK HOTEL SCHILLERHAIN



Tagen auf 450m² mit Blick ins Grüne im Tagungszentrum GedankenGUT “Hier ist Raum für Gedanken“

- 78 Hotelzimmer
- 10 Konferenzräume von 20m² bis 240m²
- Schillerhainer Stuben - 3 Restaurants
- Sonnenterrasse mit 100 Sitzplätzen
- NaturSPA mit Blick in die Baumwipfel



Parkhotel Schillerhain GmbH - Schillerhain 1 - 67292 Kirchheimbolanden
06352/7120 - info@schillerhain.de
www.schillerhain.de

TAGUNGSHOTEL „DOLCE BAD NAUHEIM“

Gut vorbereitet auf Fischbowl und Campfire

Ein Team des „Dolce Bad Nauheim“ hat sich mit einer Vielzahl neuer Seminarelemente befasst und sich insbesondere auf die Formate Fishbowl, World Café, Open Space sowie Campfire spezialisiert.

Aus eigener Erfahrung wissen die Mitarbeiter des Vier-Sterne-Hotels: Fishbowl & Co. steigern die Interaktion. Eine eigens angelegte Landing Page der Hotel-Website informiert über Details, Ablauf und Voraussetzungen der Formate. Bereits im Vorfeld einer Veranstaltung beraten die Dolce-Mitarbeiter ihre Business-Kunden und helfen bei der Auswahl des passenden Formats. Dabei spie-

len Gruppengröße, Zeit und gesetzte strategische Ziele eine zentrale Rolle.

Das Hotel verfügt über 27 Tagungsräume von 23 bis 528 Quadratmetern Fläche. Hinzu kommen 39.000 Quadratmeter Außenflächen auf großzügig abgestuften Terrassen, unter historischen Arkaden sowie unter dem „grünen Dach“ des Platanenhofs. Jede Seminargruppe bekommt eine persönliche Betreuung (einen „Tagungengel“), eine Unterstützung durch Techniker und IT-Manager und ein ganztägiges Refreshment-Buffer. Das Dolce Bad Nauheim liegt an den Ausläufern des Taunus.

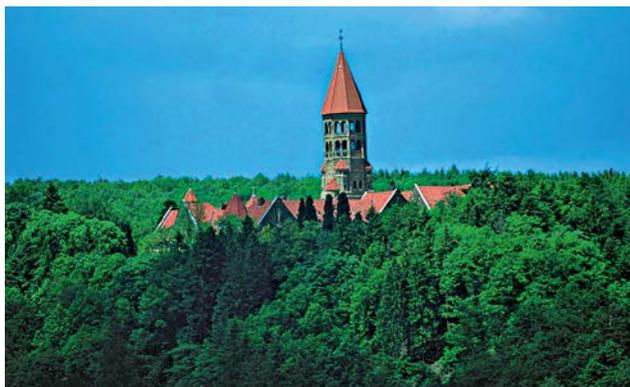
„RENT A CITY“

Eine ganze Stadt als exklusive Location

In den Luxemburger Ardennen liegt das Städtchen Clervaux. Über ihm thront auf einem Felsvorsprung ein prächtiges Schloss. Es ist hufeisenförmig von den Häusern der Stadt umgeben. Drei ortsansässige Hotels (das Clervaux Boutique & Design Hotel, das Hotel International und das Golf & Country Hotel) hatten eine Idee: Tagungs- und Eventveranstalter sollten die ganze Stadt exklusiv für ihre Zwecke mieten können. Clervaux verfügt über Konferenz- und Meetingräume für

bis zu 350 Personen und hat eine Unterbringungskapazität von 250 Zimmern. Außerdem gibt es diverse Restaurants sowie ein großes Wellnesszentrum.

Wenn nach einer Tagung gefeiert werden soll, dann organisiert die Stadt eine Party auf den Straßen unterhalb des Schlosses. Dann säumen Essstände und Zelte die mit einem roten Teppich ausgelegten Straßen. Weinverkostungen, Show Cookings und Chocolatier-Kurse können dazugebucht werden. www.clervauxrentacity.com



Clervaux. Hier gibt es viel Wald, ein Schloss und ein berühmtes Kloster.

Foto: Clervaux Tourismus

Elemente vereinen.
Sinne schärfen.
Großes bewegen!



Tagungs- und Seminarzentrum Schloss Marbach

- ▶ Direkt am Bodensee
in 17 ha Parklandschaft
- ▶ 61 Zimmer & 12 Tagungsräume
- ▶ Historisches Ambiente
mit modernstem Equipment

SCHLOSS MARBACH

www.schlossmarbach.de

HAMBURG MESSE UND CONGRESS

Erfolgreichstes „ungerades“ Jahr

Der G20-Gipfel, der auf dem Hamburger Messegelände abgehalten wurde, hat mitgeholfen, dass die Hamburger Messe und Congress GmbH

(HMC) das Jahr 2017 finanziell sehr erfolgreich abgeschlossen hat. Dabei wurde die geplante Umsatzsteigerung gegenüber dem Referenzjahr

2015 deutlich übertroffen. Am Ende steht das beste ungerade Geschäftsjahr in der 45-jährigen Geschichte der Messegesellschaft.

Mit 75,8 Millionen Euro konnte der Umsatz 2017 gegenüber dem Referenzjahr 2015 (62,7 Millionen Euro) um 21 Prozent übertroffen werden. Geplant war ein Umsatzplus von elf Prozent auf 69,5 Millionen Euro. Abzüglich geplanter Baukosten im Bestand von 3,1 Millionen Euro und der Kosten für Immobilienleasing, Abschreibungen und Zinsen beträgt das Jahresergebnis minus 23 Millionen Euro. Das ist 7,1 Millionen

Euro besser als geplant. Etwas verschoben haben sich 2017 die Kennzahlen für Veranstaltungen und Besucher auf dem Messegelände, da das CCH Congress Center Hamburg aufgrund der laufenden „Revitalisierung“ geschlossen war. Insgesamt kamen im abgelauten Geschäftsjahr 668.974 Teilnehmer und Besucher zu den Veranstaltungen auf dem Messegelände.

622.604 Menschen wurden bei 38 Messen und Veranstaltungen in Hamburg gezählt. Weitere 46.370 Teilnehmer besuchten 25 CCH-Veranstaltungen, die auf dem Messegelände durchgeführt wurden.





TAGUNGSHOTEL Jesteburg

Stilvoll logieren,
erstklassig tagen








Hotel

Gastronomie

Tagungen

Seminar






Tel. +49 (0) 41 83 / 9 39-0 | www.tagungshotel-jesteburg.de
Itzenbütteler Straße 35 | D-21266 Jesteburg

DAS DORF AM SEE ...

Seehotel Niedernberg Gmbh & Co KG
Leerweg, 63843 Niedernberg
06028 999-0 • www.seehotel-niedernberg.de




Tagung, Freizeit,
Wellness, Genuss.

Vielfalt ganz nach Ihrem Geschmack

- Tagen & Arbeiten am See in der Dorfgemeinschaft am See
- Idyllische Lage am Wasser - 30 Minuten von Frankfurt
- Tolle Events am, um und auch im Wasser
- Eine Vielzahl an Veranstaltungsräumen und Kulinarik
- Unsere vitalOase zum Wohlfühlen und Entspannen

...Sie mögen es lieber rustikal, unkompliziert und ganz natürlich?
Im **Hubertus-Hof**, dem kleinen Bruder des Seehotels mitten im Spessart finden Sie genau das.
Schauen Sie doch einfach mal vorbei.



HubertusHof

EINFACH SEHR GUT

Bayernstr. 45-47, 63863 Hobbach • www.hubertushofhobbach.de

Jetzt buchen und genießen • Jetzt buchen und genießen • Jetzt buchen und genießen

Perfekte Rahmen-
Programme vor der
Haustüre!

seehotel-niedernberg.de

VORBILD SCHINDLERHOF

Demokratisierung von Unternehmen

In einem Artikel über die Demokratisierung der deutschen Wirtschaft unter der Überschrift „Alle Macht dem Mitarbeitervolk“ berichtete das „Handelsblatt“ über die Führungspraxis im Tagungshotel „Schindlerhof“. Dieses Hotel in Nürnberg-Boxdorf vernetze seine 50 Angestellten und 20 Auszubildenden mit einer App, die (für alle sichtbar) Chats, Feedback und Vorschlagswesen auf dem eigenen Server möglich mache.

Über die App läuft laut Handelsblatt-Autor Christian Stehr auch der sogenannte „Mitarbeiteraktienindex Max“, mit dem jeder Mitarbeiter von Monat zu Monat seine Leistung in Kategorien wie „Engagement in Projekten“ oder „Pünktlichkeit“ selbst bewerten müsse. Wie an der Börse steige

Nicole Kobjoll.
Die Schindlerhof-Geschäftsführerin nutzt moderne Technik, überlässt der Technik aber nicht die Führung.

oder falle der Kurs. Noch mehr Transparenz und Beteiligung bringe ein eigener Videokanal, der demnächst starte. „Sinn und Zweck ist die schnelle Information und Kommunikation für alle, aber manchmal auch Inspiration“, erklärt die Geschäftsführerin Nicole Kobjoll. „Wir führen die Technik, lassen uns selbst aber nicht von der Technik führen.“ Die Schindlerhof-App, die Kobjolls Ehemann

Marcel Setzer mit seiner Firma Valido entwickelt habe, werde in ganz Europa verkauft, etwa an Hotels, Pflegeheime und Handwerksbetriebe. Ein vergleichbares Produkt ist laut „Handelsblatt“ das „Vote2Work“ von MV Con Innovation Lab in Rostock. Diese App diene hauptsächlich als „demokratischer“ Planungsassistent, zum Beispiel im Schichtbetrieb oder bei der Zusammenstellung von Teams.



Foto: Schindlerhof

UNTERNEHMENSPORTRÄT

LEONARDO HOTELS: Ein starker Partner für erfolgreiche Meetings

Leonardo Hotels bieten alles, was sich Veranstalter für ihr Event wünschen: viel Raum für konzentriertes Arbeiten, maßgeschneiderte Lösungen und ein optimales Preis-Leistungs-

Verhältnis. Mehr als 700 lichtdurchflutete Räume, ausgestattet mit modernster Technik, bilden den perfekten Rahmen für Tagungen oder Meetings aller Art – und das in über 75

attraktiven Destinationen europaweit. Auch für die Meetingwelt der Leonardo Hotels gilt: „Ein Hotel ist exakt so gut, wie sich der Gast darin fühlt“. Hier verbinden sich frisches Design,

stilvolles Interieur und passende Farben zu einem stimmigen Gesamtkonzept. Der Konferenzbereich dient nicht als sachlicher Raum, sondern als Arbeitsplatz mit Wohlfühlambiente. So entstehen funktionale Aufenthaltsorte, die zu den Bedürfnissen der Meetinggäste passen. Einrichtung und technisches Equipment sind intelligent miteinander verbunden. Durch „Connecting Doors“ lassen sich die multifunktionalen Räume je nach Bedarf in unterschiedliche Größen einteilen. Bequeme Sitzmöbel, eine angenehme Akustik und variierbare Deckenbeleuchtung, verbunden mit viel Tageslicht, sorgen für Komfort. Das vitale Kaffeepausenkonzept „Brain Breaks“ rundet den feel-good Charakter ab – mit viel Superfood für extra Power. So wird jedes Event ein Erfolg.

www.leonardo-hotels.de



Meetingraum, Leonardo Royal Hotel Munich. Foto: Leonardo Hotels

„BEST WESTERN“

Ferdinand Bock senior gestorben

Der Hannoveraner Privathotelier Ferdinand Bock senior ist kurz vor dem Jahreswechsel im Alter von 89 Jahren verstorben. Bock hat die Best Western Gruppe in Deutschland seit den ersten Tagen entscheidend mitgeprägt. Der Hotelier hat seine beiden Familienbetriebe, das Best Western Premier Parkhotel Kronsberg und das Best Western Hotel Der Föhrenhof in Hannover, als erste Hotels in Deutschland zu Best Western gebracht und gehört damit zu den Mitbegründern von Best Western Hotels in Deutschland. Er hat viele Jahre beide Hotels geführt.

INCENTIVES

Neues Museum für Yves Saint Laurent

In den alten Pariser Modewerkstätten von Yves Saint Laurent in der Avenue Marceau wurde jetzt ein Museum eröffnet, das sich ganz dem berühmten Modeschöpfer und seinen Werken widmet.

Seit Gründung des YSL-Labels im Jahr 1961 wurden alle Arbeiten archiviert. Daraus entstand eine einzigartige Samm-

lung – vom Entwurf bis zum Prototyp, von den Lieferscheinen bis zu den exklusiven Verkaufsheften. Unter Deutschlands Eventagenturen gilt das Museum als ein Muss, wenn mode- und kunstorientierte Unternehmen Incentive-Reisen für ausgewählte Mitarbeiter suchen.

www.fondation-pb-ysl.net

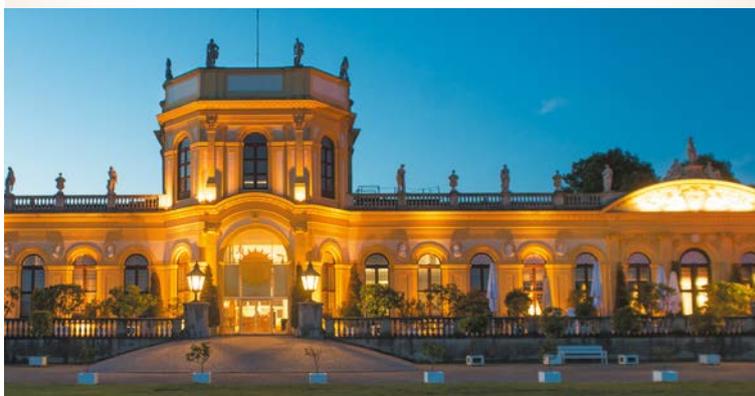


Foto: Museum YSL

Museum. 5.000 YSL-Designerstücke locken nach Paris.



TAGEN UND FEIERN IM AMBIENTE DER LANDGRAFEN UND KURFÜRSTEN



Ihre Wünsche und Ideen sind unsere Herausforderung – unsere Erfahrung ist Ihr Garant für eine individuelle, kreative und liebevolle Umsetzung!

Auedamm 20 B
34121 Kassel

Tel. 0561 - 286 103 18
www.orangerie-kassel.de

NATURNAH & ERFOLGREICH TAGEN

Business unusual auf Top-Niveau/
Viel frische Luft für freie Köpfe



Ein gesundes Umfeld ist die beste Voraussetzung für erfolgreiches Arbeiten. Nur wer auf andere Gedanken kommt, bekommt auch frische Ideen. Unser Hotel in Soltau bietet in jeder Beziehung ideale Bedingungen.



In unseren modernen Veranstaltungs- und Tagungsräumen mit einer Kapazität bis zu 300 Personen, lassen sich umfangreiche Präsentationen, anregende Tagungen und Workshops perfekt durchführen. Ob mit oder ohne Übernachtung, nutzen Sie unsere Tagungspauschale „Green & Meet“.

Technisch auf dem neuesten Stand und mit allen multimedialen Möglichkeiten. So gesehen wird Arbeiten zur angenehmen Pflicht.



Was wir Ihnen sonst noch bieten:

- » 5-300 Personen
- » 20 Tagungsräume
- » 9 Gruppenräume
- » Modernste Technik
- » Restaurant
- » Bar
- » Sauna
- » Pool
- » Kegelbahnen
- » 350 Parkplätze

Winsener Str. 111
29614 Soltau

Telefon: (0 51 91) 605-0
Telefax: (0 51 91) 605-185

info@hotel-park-soltau.de - www.hotel-park-soltau.de



HOTEL PARK SOLTAU
GmbH



INCENTIVE

Übers Wasser gehen

Das kleine schwedische Örtchen Stora Mellösa, 200 Kilometer von Stockholm entfernt, liegt an Schwedens viertgrößtem See Hjälmaren. Über weite Strecken ist der See nur wenige Zentimeter tief und bis Ende April zugefroren. Die Gäste des Hotels Katrinelund Gästgiveri & Sjökörog nutzen dieses Phänomen, um in der nordischen Natur über weite Eisflächen mit Schlittschuhen dahinzugleiten.

Aus der Ferne und wenn sich der Himmel im Eis spiegelt sieht das dann aus, als würden die Menschen über tiefblaues Wasser laufen. „Walk on Water“ nennen das die Ein-

heimischen. Wer möchte, kann auch an einer geführten Schlittschuhwanderung teilnehmen. Zum Abschluss der Ausflüge warten Wellnessangebote und kulinarische Erlebnisse im Hotel. „Wir haben letztes Jahr erst einmal klein angefangen. Mittlerweile sehen wir aber ein zunehmendes internationales Interesse, mit neuen Besuchern aus Deutschland und den Niederlanden. Dieses einzigartige Erlebnis lockt immer mehr Menschen an“, freut sich Hoteldirektor Roger Hjälm (www.katrinelund.se). Touristen, die sich für Naturerlebnisse begeistern, können seltene Seeadler beobachten.

Schweden. Eine Eisfläche produziert den Eindruck eines Wunders.

THE WESTIN LEIPZIG

Den gesamten Konferenzbereich modernisiert

Das Hotel „Westin Leipzig“ (www.westin-leipzig.de) hat etwa vier Millionen Euro in die Renovierung des gesamten Veranstaltungsbereichs investiert. Das Hotel hat 436 Zimmer, eine Eventfläche von 4.000 Quadratmetern und 51 Tagungsräume. Umgebaut und renoviert wurde, weil die Konferenztechnik sowie die Lichttechnik auf den neuesten technischen Stand gebracht werden mussten. Außerdem schuf der Architekt einen jetzt „optisch flüssigen Übergang“ von der Lobby zum Konferenzbereich. Besonders elegant wurde die Innenausstattung des renovierten Ballsaals (561 Quadratmeter).

SICHERHEIT

Einlasskontrolle via Gesichtserkennung

Mit „Facial Recognition“ wird die Einlasskontrolle auf Veranstaltungen optimiert. Die Technik (von der Fastlane GmbH) funktioniert so: Jeder, der sich auf der Homepage eines Events registriert, kann ein Foto von sich hochladen. Die Software erfasst die biometrischen Daten des Fotos und speichert diese als biometrisches Profil ab. Sobald der Gast die Eventlocation betreten will, erfasst die Kamera sein Gesicht und gleicht die biometrischen Punkte mit den hinterlegten biometrischen Profilen ab. Ist der Abgleich korrekt, erhält der Gast schnell und komfortabel sein Eintrittsbadge ausgedruckt.

INSPIRATION NEU DEFINIERT



WÜRTH  GROUP

CARMEN
WÜRTH
FORUM

ESMT BERLIN

Hochschulcampus jetzt als Location nutzen

Die European School of Management and Technology (ESMT) in Berlin, eine angesehene deutsche MBA-Schmiede, vermietet ihre Räumlichkeiten jetzt an Tagungs- und Eventveranstalter.

Das Gebäude liegt am Schlossplatz 1 im Herzen von Berlin-Mitte und war früher einmal das Staatsratsgebäude der DDR. Das aufwendig restaurierte Gebäude aus den 1960er-Jahren überzeugt durch eine geschichtsträchtige Atmosphäre und seine optimale infrastrukturelle Anbindung an alle wichtigen Kno-

tenpunkte und Institutionen der Stadt. Für Tagungen und Konferenzen mit bis zu 360 Teilnehmern (Dinner bis zu 250 Gäste) stehen ein Bankettsaal, eine Reihe von Hörsälen sowie Seminar- und Gruppenräume zur Verfügung. Jeder Raum ist technisch gut ausgestattet – mit leistungsfähigen Computern, Leinwänden, DVD-Spielern, Projektoren und Beschallungssystemen.

Abgerundet werden die Räumlichkeiten durch eine 4.000 Quadratmeter große Gartenfläche, die ebenfalls für Events genutzt werden kann (www.

esmt.org/esmt-event-location). Die ESMT bietet Vollzeit- und berufsbegleitende Executive MBA-Studiengänge, einen Master-in-Management-Studiengang sowie Managementweiterbildungen an. Die Schule konzentriert sich auf drei Schwerpunkte: Leadership und gesellschaftliche Verantwortung, europäische Wettbe-

werbsfähigkeit und Technologiemanagement. Zusätzlich stellt die Hochschule eine interdisziplinäre Plattform für Politik, Wirtschaft und Wissenschaft dar. Die ESMT ist eine staatlich anerkannte, private wissenschaftliche Hochschule mit Promotionsrecht und ist von AACSB, AMBA, EQUIS und FIBAA akkreditiert.



Foto: ESMT

ESMT. Im ehemaligen Staatsratsgebäude der DDR in der Mitte von Berlin-Mitte kann jetzt jeder tagen.

Tagungszentrum im Herzen der Altstadt

Verkehrszentral an A7/A96 und am Allgäu Airport, inmitten der Urlaubsregion Allgäu, liegt Memmingen. Im Herzen der Altstadt, eingebettet in den Stadtpark, befindet sich die moderne Stadthalle.

Das lichtdurchflutete Gebäude bietet vielfältige Möglichkeiten für Tagungen, Kongresse, Workshops, Ausstellungen und kulturelle Veranstaltungen. Im großen Saal finden bei Reihenbestuhlung 990 Personen und bei parlamentarischer Bestuhlung rund 400 Personen Platz. Weitere sechs Räume bieten für 10 bis 275 Gäste Tagungsfläche. Die technische Ausstattung entspricht dabei den Anforderungen an ein flexibles Tagungszentrum. Auch die bühnentechnischen Einrichtungen sind für eine qualitativ anspruchsvolle Nutzung konzipiert. Ein erfahrenes Team gewährleistet bei allen Veranstaltungen einen reibungslosen Ablauf.

Die Bewirtung in der Stadthalle Memmingen wird von leistungsfähigen Gastronomen übernommen. Trotz Altstadtlage entstehen keine Parkplatzprobleme. Eine mit der Stadthalle verbundene Tiefgarage bietet ausreichend Stellplätze. Durch das angrenzende Parkhotel mit 116 Betten und einer Zimmerausstattung der gehobenen Klasse sind beste Voraussetzungen gegeben. Bei der Organisation von Veranstaltungen von der Stadtführung bis zur Ganztagsbegleitung sowie bei der Ausarbeitung von Rahmenprogrammen hilft kompetent und freundlich die Stadthallenverwaltung. Darüber hinaus wartet die Stadt Memmingen mit einer bezaubernden Altstadt mit vielen gut erhaltenen historischen Gebäuden auf. Eine abwechslungsreiche Gastronomie und vielfältige Einkaufsmöglichkeiten bieten für Tagungen das passende Umfeld.

Stadthalle Memmingen

Ulmer Straße 5
87700 Memmingen
Telefon: 08331-850170
Fax: 08331-850178
www.memmingen.de
stadthalle@memmingen.de



DAS AMBERGER

Neuer Webauftritt

Das Amberger Congress Centrum hat seinen Online-Auftritt komplett überarbeitet. Großformatige Bilder auf weiträumigen Weißflächen bringen Ruhe ins Layout und sorgen für einen frischen und modernen Look. Das sogenannte „Responsive Design“ ermöglicht eine für unterschiedliche Endgeräte, wie Smartphones oder Tablets, optimierte Bildschirmdarstellung. Durch die Trennung der beiden Tätigkeitsschwerpunkte des ACC in „Tagen“ und „Kultur“ erhält der Besucher schnell seine gesuchten Informationen. Umfangreiche Bildergalerien, 360-Grad-Panorama-Bilder laden aber auch zum Stöbern ein. „Mit dem neuen Onlineauftritt bieten wir eine klar strukturierte und durch großflächige Bilder sehr stimmungsvolle, attraktive Website“, so Petra Strobl, Geschäftsführerin des ACC.

BERLINER KONGRESS-GESCHÄFT

Auch 2017 auf Erfolgskurs

Mit 11,7 Millionen Teilnehmern (+ 1 Prozent im Vergleich zu 2016) und 140.200 Veranstaltungen (+ 2 Prozent) verzeichnet Berlin im Jahr 2017 das bisher stärkste Jahr im Kongressgeschäft. Erstmals hat der Tagungs- und Kongressmarkt dabei mehr als eine Milliarde Euro Nettowertschöpfung generiert. Diese Zahlen gehen aus der aktuellen Kongress-Statistik des Berlin Convention Office hervor. International spielt die Stadt in der Spitzengruppe – und die Nachfrage ist bisher ungebrochen. Die Zahl der Übernachtungen ist im vergangenen Jahr auf 7,9 Millionen gestiegen (plus 2,6 Prozent). Ein Viertel aller Hotelübernachtungen in Berlin gehen damit auf das Kongressgeschäft zurück.



VCH - HOTELS

VERBAND CHRISTLICHER HOTELIERS

Werteorientierung, Geborgenheit, Vielfalt

VCH-Hotel St. Elisabeth *** Superior



Seminar und Tagung mit Bodensee- und Kloster-Bonus

84 modern eingerichtete Zimmer, free W-LAN, 8 modern ausgestattete Tagungsräume für 10-150 Personen, Panoramablick zum See, eigenes Strandgrundstück, gemütliche Gartenanlage für Gruppenarbeiten und kostenfreie Parkplätze.

Konradstr. 1 · 78476 Allensbach-Hegne · Tel. +49(0)7533-9366-2000 · st-elisabeth.hegne@vch.de

VCH-Hotel Christophorus ***



In einzigartiger ruhiger Parklandschaft

und doch nur wenige Kilometer von Berlins City entfernt, erwartet Sie ein gut ausgestattetes Tagungshotel, mit kompetentem und freundlichem Service, für aktive Erholung am Spandauer Forst und an der Havel.

Schönwalder Allee 26/3 · 13587 Berlin · Tel. +49 (0)30-33606-0 · christophorus.berlin@vch.de

VCH-Hotel Dietrich-Bonhoeffer-Haus ***



Tagen mit modernster Tagungstechnik

Das 3 Sterne-Hotel mit Top-Lage in Berlins Mitte ist ein beliebter Tagungsort für Kirche, Wirtschaft, Kultur und Wissenschaft. 75 Gästezimmer, 7 Tagungsräume für bis zu 120 Teilnehmer sowie ein Restaurant mit regionaler Frischeküche heißen Sie willkommen!

Ziegelstr. 30 · 10117 Berlin · Tel. +49 (0)30-28467-0 · bonhoeffer.berlin@vch.de

VCH-Hotel Hohenwart Forum ***



Natürlich tagen und angenehm logieren

Modernste Tagungstechnik in hellen Räumen mit direktem Zugang zur Natur sind der ideale Rahmen für erfolgreiche Tagungen. 99 (davon 24 barrierefrei) Gästezimmer schaffen die Grundlage für Entspannung und Behaglichkeit. Themen- und „ART“-Gottesdienste sind unter anderem Teil der besonderen Atmosphäre.

Schönbornstr. 25 · 75181 Pforzheim · Tel. +49 (0)7234 606 0 · hohenwart.pforzheim@vch.de

Klötzchen. Der dänische Spielwarenhersteller Lego hat zum ersten Mal seit zwölf Jahren mit massiv schrumpfenden Umsätzen und Gewinnen zu kämpfen. An den Anhängern der modernen Design-Thinking-Methode kann das nicht liegen, denn die nutzen in großen Mengen Lego-Steine, um während eines Kreativitätsprozesses sogenannte Prototypen zu bauen. Selbstgebasteltes soll es möglich machen, mit anderen leichter über die eigenen Lösungsideen zu sprechen.



Zum Design Thinking ins Seminarhotel

RÄUME GESTALTEN. Das Design Thinking ist eine Innovationsmethode, bei der sich zehn bis 20 Menschen treffen, um gemeinsam nach einem festgelegten Ablauf Problemlösungen zu finden. Dazu braucht man Räume, die sich kreativ anfühlen und gleichzeitig aber auch groß genug sind, sodass sie von vielen Menschen, die zum Teil dynamisch herumlaufen, gleichzeitig genutzt werden können. Da jeder Design Thinker zwischendurch auch entspannen möchte, braucht es auch Ruhezeiten mit bequemen Sofas. Im Idealfall haben viele Möbel Räder, weil die Gruppen sich ihre Räume gerne nach den eigenen Bedürfnissen einrichten. Wichtig ist nur, dass ein Gefühl von enger Zusammenarbeit mit den anderen nicht verloren geht.





„Wir unterstützen Unternehmen, Neues zu entwickeln“

Interview. Gerald Nowak ist Geschäftsführer des Tagungs- und Seminarzentrums Schloss Marbach (Foto) in Öhningen, einem Ort am westlichen Ende des Bodensees im Landkreis Konstanz. Das Schloss aus dem 13. Jahrhundert verfügt über 61 Zimmer, elf Tagungsräume, 350 Quadratmeter Ausstellungsfläche und einem 18 Hektar großen Park mit Outdoor-Trainingsanlage.



Gerald Nowak. Der Chef von „Schloss Marbach“ hat fundierte Design-Thinking-Erfahrungen.

Sie haben zusammen mit einigen Mitarbeitern selbst schon einen Design-Thinking-Prozess unter Leitung des Beraters „Coaching Concepts“ durchgeführt. Was hat es gebracht?

Gerald Nowak: Wir werden im Herbst und im nächsten Frühjahr unser Haus umfassend sanieren und modernisieren und befassen uns gerade damit, über eine schärfere Positionierung nachzudenken. Design Thinking hat da bei mir und meinen Mitarbeitern eine ganz neue Leidenschaft in diesen Prozess hineingebracht. Dass wir die Methode des Design Thinking auf uns selbst angewandt haben, hat im Übrigen dazu geführt, dass wir jetzt auf Augenhöhe mit unseren Kunden über die Durchführung solcher Workshops sprechen können und die Unternehmen gerne zu uns kommen, weil sie wissen, dass wir sie unterstützen, Neues zu entwickeln.

Welchen Herausforderungen sieht sich ein Hotel gegenüber, in dem Design-Thinking-Workshops abgehalten werden?

Nowak: Zuerst einmal sollte ein Hotel das übliche Design-Thinking-Equipment vorrätig haben. Das sind die legendären Legosteine und alles, was man so braucht, um Ideen zu visualisieren. Falls etwas fehlt, sollte das Hotel über ein gewisses Organisationstalent verfügen, außergewöhnliche Bastelmaterialien und technische Hilfsmittel von der Stoppuhr bis zur funktionierenden Minidrohne schnell zu besorgen. Dann geht es darum, in den Räumen eine kreative Atmosphäre zu schaffen – etwa mit Sofalandschaft und vielen bunten Kis-

sen. Wichtig sind aber nicht nur große, hohe Räume und viel Tageslicht, sondern dass Whiteboards, Tische und sogar die Wände eines Raums flexibel verschoben werden können. Flexibilität wird oft auch von der Küche verlangt – sowohl was die Kaffeepausen als auch das Mittagessen angeht.

Ist es wirklich nötig, dass Erwachsene zu Kindern werden und eine Prototyping genannte Bastelstunde abhalten?

Nowak: Der Design-Thinking-Prozess ist klug durchdacht und praktisch erprobt. Der Prozess der individuellen Kreativität wird geschickt auf eine Gruppe übertragen. Damit jeder den anderen seine Lösungsideen erklären kann, macht es Sinn, die Ideen zu materialisieren. Unsere Räume werden zum Beispiel regelmäßig von einem IT-Unternehmen gebucht. Von denen kommt dann ein Team von 20 Personen eine Woche lang zu uns. In dieser Zeit suchen sie „den umwerfenden Kundennutzen“. Die Suche hat ganz unterschiedliche Aspekte. Diese werden jeweils von kleinen Teams bearbeitet. Anschließend erklären sich die Teams gegenseitig ihre Ideen. Dabei hilft der Prototyp ungemein.

Hotels, die ihre Räume für Design-Thinking-Workshops herausputzen, fragen sich, ob sich das dauerhaft lohnt?

Nowak: Design Thinking wird in Deutschland seit dem Jahr 2005 am Hasso Plattner Institute of Design in Potsdam gelehrt. Von einer Modewelle kann keine Rede sein, eher von einer langsamen Durchdringung der Wirtschaft. Für Design-Thinking-Workshops in einem Hotel spricht, dass sich niemand gerne in der eigenen Firma von unbeteiligten Kollegen über die Schulter schauen lässt, wenn er in der Kantine Prototypen basteln soll. Tagungshotels in schöner, ruhiger Lage werden vom Trend zum Design Thinking profitieren. Hinzu kommt, dass kreative Prozesse nicht nach zwei Tagen abgebrochen werden können, sondern im Gegenteil erst richtig in Gang kommen. Design-Thinking-Veranstaltungen dauern in der Regel mindestens drei Tage, sodass der aus Sicht eines Hoteliers unbefriedigende Trend zum Zwei- und Ein-Tages-Seminar abgemildert wird. Wir erleben es oft, dass sich Unternehmen nach einem geglückten Design-Thinking-Workshop im monatlichen Rhythmus in ein Hotel zurückziehen, um in einem längeren Prozess Innovationen reifen zu lassen.

Interview: Martin Pichler ●



→ Die Innovationsmethode „Design Thinking“ hat die Hotellerie erreicht. Ein Anzeichen dafür ist die Überraschung, dass eine Organisationsentwicklungsmaßnahme der Hotelkooperation „Exzellente Lernorte“ vom Trainerverband BDVT mit zwei Trainingspreisen ausgezeichnet wurde. 20 Hotels nutzten Design Thinking, um sich noch besseren Service auszudenken (siehe Kasten auf Seite 24). Ein anderes Anzeichen ist der Erfolg, den das Tagungshotel Schloss Hohenkammer hatte, als es auf der Messe MBT Meetingplace 2017 auf seinem Messestand den Design-Thinking-Experten Felix Senner von „Coaching Concepts“ auftreten ließ. Der hielt einen Vortrag zum Thema „Design Thinking – Werkstatt für Neues“ und war umringt von Interessenten.

Senner meinte, dass die Tagungshotellerie jetzt mehr denn je vom Design-Thinking-Trend profitieren könnte. Das hänge damit zusammen, dass die Methode auf drei Säulen ruhe:

- Multidisziplinäre Teams – Menschen ganz unterschiedlicher beruflicher Ausbildung machen sich gemeinsam (am besten zusammen mit Kunden) auf die Suche nach neuen Ideen.
- Der Suchprozess tastet sich schrittweise voran. Versuch und Irrtum wechseln sich ab – wobei jeder Irrtum als Lernchance genutzt wird.
- Die Workshops finden in mehreren großen Räumen statt, die flexibel möbliert werden können und auch sonst so eingerichtet sind, dass sie den Kreativitätsprozess fördern.

Gerade die Anforderungen an die Räume seien „die“ Chance für die Tagungshotels, sich als attraktive Orte für Design-Thinking-Workshops ins Gespräch zu bringen. Um zu verstehen, welche Rolle Räume und damit Hotels im Zusammenhang mit der neuen Innovationsmethode spielen, sollte man sich klarmachen, in welchen Phasen ein solcher Design-Thinking-Prozess abläuft. Ingrid Gerst, eine österreichische Expertin für das Innovationsmanagement, hat diese vier Phasen in ihren Büchern (siehe Seite 23) ausführlich beschrieben. Zusammen-



Foto: Klaus D. Wolf / MBT Meetingplace

Felix Senner (Mitte). Der Coaching-Concepts-Trainer erklärt auf dem MBT-Messestand des Hotels Schloss Hohenkammer die Prinzipien des Design Thinking und wie Schloss Hohenkammer sich auf die Durchführung solcher Workshops spezialisiert hat.

gefasst besteht ein Design-Thinking-Prozess immer aus folgenden vier aufeinander folgenden Phasen:

Phase 1: Einfühlen

Zu Beginn sollte man die sich um einen herum verändernde Welt betrachten. Trends sollten studiert werden und danach untersucht werden, wie sie die eigenen Themenbereiche beeinflussen. Es geht auch darum, die Kunden mit ihren Interaktionen im Alltag zu erforschen. Unausgesprochenen Bedürfnissen versucht man mit ethnografischen Forschungsmethoden auf die Spur zu kommen. Letztlich geht es um die Antwort auf die Frage, warum ein Kunde etwas tut. Besseres Wissen über die Kunden kann zu völlig neuen Kategorien von Produkten, Dienstleistungen oder Geschäftsstrategien führen →

tradition goes **GREEN** future

marinaforum
REGENSBURG



GLEICH ANMELDEN:
10. APRIL
2018
10 - 18 UHR

WELTERBE
REGENSBURG
UNESCO-WELTERBE | WORLD HERITAGE

MICE BUSINESS DAY REGENSBURG IM NEUEN MARINAFORUM REGENSBURG

Lernen Sie das nachhaltige Veranstaltungszentrum bei Führungen kennen: mit einer Ausstellung Regensburger Locations und MICE-Partnern, Vorträgen namhafter Referenten, z. B. zu „Future Meeting Space“, „Der Kongress der Zukunft“, „Simplify your business“, und einem kreativen, regionalen Catering. Die Welterbestadt Regensburg gehört zu den schönsten Städten der Welt, meint der englische Stararchitekt Sir Norman Foster.

regensburg
tourismus GmbH



→ ren, die neue Werte schaffen. Gerstbach: „Lernen Sie, wie der Markt auf Ihre Angebote reagiert, konzentrieren Sie sich auf Unternehmen, die Ihrem ähnlich sind, und beobachten Sie, wie diese agieren. Sie lernen Ihr Unternehmen aus einer anderen Sicht kennen.“

Phase 2: Definieren

Jetzt geht es darum, Strukturen und Muster in das zu bringen, was man in der Phase 1 herausgefunden hat. Wichtig ist es, die elementarsten Muster der Daten zu verstehen, um allgemeine Prinzipien aufzudecken. Es geht darum, leicht zu erfassende Modelle der Wirklichkeit zu formulieren. Während es in der vorherigen Phase notwendig ist, sich intensiv zu fokus-

sieren, um tiefe Einblicke zu bekommen und Bedürfnisse aufzudecken, besteht in dieser Phase die Herausforderung darin, die Denkweise auf eine höhere Ebene zu heben – eine Ebene, auf der Systeme und Muster deutlich sichtbar und verständlich werden. Gerstbach: „Wirklich gute Ergebnisse aus dieser Phase erzählen Geschichten von echten Menschen und deren Erfahrungen und illustrieren oft einen Prozess, eine Reise oder eine Situation, die dem Team Verständnis für die potenziellen Nutzer ermöglicht.“

Phase 3: Ideen generieren

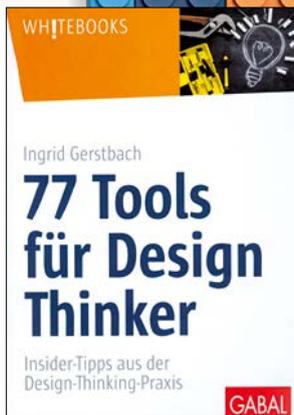
In dieser Phase geht es vor allem darum, strukturiert Ideen zu finden und dadurch Chancen zu identifizieren und neue

Innoki-Shop: Einkaufsliste „Design Thinking“

Online bestellen. Ein Team von zertifizierten Design Thinkern hat in Berlin einen Onlineshop eröffnet, damit Profis „die besten Materialien für kreatives Arbeiten“ beziehen können. Für Einsteiger gibt es zum Beispiel eine Box für den gesamten Design-Thinking-Prozess zum Preis von 285 Euro inklusive Mehrwertsteuer (<http://innoki.de>). Der Inhalt dieser Box umfasst:

Anzahl	Produkt/Form
2	Post-it klein, 76x76mm, 6er-Pack
1	Post-it mittel, 76x127mm, 6er-Pack
1	Post-it groß, 203x152mm, 4er-Pack
5	Whiteboard Marker (2 x schwarz, je 1 x orange, grün, blau)
10	Pentel Sign Pen (4 x schwarz, je 2 x rot, grün, blau)
4	Bogen Markierungspunkte mittel (bunt)
1	Washi-Tape / Bastelklebeband (verschiedene Farben)
6	Bogen Braunpapier, 70 cm x 100 cm
1	Maler-Tape
40	bunte Strohhalme
1	Paket mit Doppelfasermalern
1	Lego-Classic-Paket 10693
1	Play-Mais Basic Small
4	Play-Doh (80g, Knetmasse in verschiedenen Farben)
3	Styroporkugel
3	Styroporkegel
1	Styroporflachring

Anzahl	Produkt/Form
2	Schere (1 klein, 1 groß)
1	Cutter-Messer
1	Flüssigklebstoff
10	bunte Pfeifenreiniger aus Draht
25	Holzspieße (etwa 20 cm lang)
1	bunter Fotokarton im Block
6	Einzelbögen Karton/Papier
1	Knautschball
1	Paket bunte Pompons (knäulartige Quasten) aus Plüsch
1	Paketschnur
1	Paket Flechtschnüre (etwa 30 Stück, bunt)
1	Seifenblasen
5	Partybecher (Plastik, weiß)
1	Paket Holzstäbchen (bunt, Eisstiele, etwa 50 Stück)
5	Hartpappe Din A4
5	Notizhefte
1	Alufolie (Rolle)



Buchtipps I. Ingrid Gerstbach:
77 Tools für Design Thinker,
Gabal Verlag, Offenbach 2017,
336 Seiten, 34,90 Euro



Buchtipps II. Ingrid Gerstbach:
Design Thinking im Unterneh-
men, Gabal Verlag, Offenbach
2016, 320 Seiten, 34,90 Euro

Konzepte zu erforschen. Als Input verwendet man dabei die Erkenntnisse und Prinzipien, die man in den vorherigen Phasen erkundet hat. Ziel in dieser Phase ist es, dass frische und mutige Ideen durch gemeinsame Diskussionen entstehen. Man bewertet Konzepte und identifiziert diejenigen, die zum Beispiel den Kunden den größten Nutzen bringen. Durch das Denken in Systemen, das in dieser Phase im Vordergrund steht, stellt man sicher, dass die erstellten Konzepte eine wirkliche Chance haben, mit komplexen realen Systemen zurechtzukommen. Die Ideenphase beginnt in der Regel mit dem Projektteam, das Brainstorming-Sitzungen (eine der häufigsten Techniken für die Ideengewinnung) über das zu erforschende Thema durchführt. Anschließend wird je nach Bedarf des Projekts mindestens eine weitere Ideengenerierungssitzung mit Nutzern oder dem Personal des Kunden eingerichtet.

Phase 4: Prototyping

Mit dem Prototyping überprüft man die generierten Ideen, indem man sie als Modell visualisiert. Ein Prototyp hat bereits die wichtigsten Eigenschaften eines neuen Produkts oder Services. Nutzer können das Konzept hinter einer Idee überprüfen. Prototypen können der Entwurf eines neuen Produkts sein oder im Extremfall auch ein Rollenspiel, mit dem die Erfahrung eines Nutzers bei einer bestimmten Tätigkeit simuliert wird. Prototyping heißt: Man lernt, indem man eine eigene Idee ausprobiert oder das Feedback eines Kunden nutzt und etwas verbessert. Gerstbach: „Der Prozess des Prototypings beginnt immer mit Fragen, die zur idealen Lösung führen sollen. Dazu werden Modelle erstellt, die gewisse Aspekte so darstellen, dass diese auf Herz und Nieren getestet werden können. Die Ergebnisse daraus werden danach analysiert und dieser Zyklus wird unzählige Male wiederholt, bis das Projektteam eine definitive Lösung im Einklang mit den Bedürfnissen der Nutzer und dem Interesse des Unternehmens erreicht hat.“

Wenn man die vier Phasen kennengelernt hat, kann man sich sehr gut vorstellen, dass ein abgelegenes Seminarhotel ideal ist, um einen Design-Thinking-Prozess durchzuführen. Wenn nicht dort, wo sonst könnte man mit Sicherheit störungsfrei und konzentriert arbeiten. Außerdem wird jedem auch →

Gesund Tagen in der herrlichen Kulisse des Werdenfelser Landes

Zwischen Murnau und dem Kochelsee liegt das mehrfach ausgezeichnete Tagungszentrum in der traumhaften Szenerie der oberbayerischen Zugspitzlandschaft.

Für das leibliche Wohl sorgt ein kreatives Küchenteam mit exzellenter und gesunder Küche. Entspannen Sie am Abend in der Wohlfühl-Oase mit Sauna und genießen Sie die gesellige Atmosphäre im Kaminzimmer.

Die großzügigen und hellen Veranstaltungsräume lassen sich optimal für jeden Bedarf anpassen. Eingebettet ist das Tagungshotel in einen weitläufigen Park, der sich perfekt für kreative Pausen oder Seminarbausteine an der frischen Luft eignet.

Profitieren Sie von unseren passgenauen Angeboten und Pauschalen sowie der umfangreichen Erfahrung in der Ausrichtung von Tagungen für internationale Firmen.

Neue optionale Gesundheitsmodule vereinen die wirkungsvolle Kraft der Original Kneipp-Therapie mit einzigartigen Erlebnissen in der Natur. Erfrischende Wasseranwendungen, Kräuterseminare und Meditationsangebote machen den Tagungsaufenthalt zum nachhaltigen Erlebnis.

HOTEL ALPENBLICK
www.tagen-mit-alpenblick.de

Wir freuen uns, wenn Sie uns kontaktieren!

Hotel Alpenblick GmbH | Heimgartenstraße 8 | 82441 Ohlstadt
info@tagen-mit-alpenblick.de | Tel. 08841 797-001

ANDERS
RESTAURANT
TAGUNG
HOTEL

- » Verschiedene Veranstaltungsformen
- » 13 moderne Tagungsräume (20-360m²)
- » Top Lage im Dreieck HH-HB-H
- » Über 70 versch. kreative Kaffeepausen
- » WeFrame - 85" Multitouch Display

Tagungs-
Pauschalen ab:
3950 €

ANDERS Hotel Walsrode
Gottlieb-Daimler-Str. 6-11 | 29664 Walsrode
tagung@anderswalsrode.de
www.anderswalsrode.de | 05161-607 550

„Exzellente Lernorte“: Auf dem Weg zum Innovationsführer

Design Thinking. Die Hotelkooperation „Exzellente Lernorte“, eine Initiative des umtriebigen Repecon-Chefs Reinhard Peter, beauftragte das Trainingsinstitut „Coaching Concepts“ aus Türkheim, für die 20 Mitgliederhotels eine Design-Thinking-Maßnahme durchzuführen.

Durch diese Entwicklungsmaßnahme sollten die „Exzellenten Lernorte“ zum Innovationsführer der deutschen Tagungshotellerie gemacht werden. Das Projekt war auf eine Dauer von sechs Monaten angelegt und startete Anfang Oktober 2016. Es wurde Ende März 2017 termingerecht und unter Erfüllung aller Ziele abgeschlossen. Das Projekt wurde im Herbst 2017 mit dem europäischen Trainingspreis des Berufsverbands für Training, Beratung und Coaching (BDVT) in Silber in der Kategorie „Unternehmen unter 1.000 Mitarbeiter“ ausgezeichnet und erhielt zusätzlich noch den „Sonderpreis der Jury“, weil das Trainingsumfeld in den beteiligten Hotels „in vorbildlicher Weise“ verbessert wurde.

Auf Basis der Design-Thinking-Methode wurde die Entwicklungsmaßnahme der „Exzellenten Lernorte“ in fünf Schritten organisiert:

1. Es gab eine zweitägige Auftaktveranstaltung zur gemeinsamen, detaillierten Zielfindung und zur ausführlichen Analyse der relevanten Zielgruppen wie Personalentwickler und Trainer. Hierzu wurden 25 Vertreter dieser Zielgruppen zum Gedankenaustausch eingeladen. Es schloss sich eine vierwöchige Praxisrecherche an, die mit einem Webinar zum Thema

„Interviewtechnik bei Kundenbefragungen“ begleitet wurde. Außerdem gab es eine Anwendungsschulung in Sachen Online-Kooperationsplattform.

2. Es wurde ein zweitägiger Design-Thinking-Workshop zu den wichtigsten Grundlagen der Methode veranstaltet, der bereits erste innovative Ideen hervorbrachte. Dem schloss sich eine zweimonatige Testphase zur praktischen Erprobung dieser Ideen an. Ihre Erkenntnisse brachten die Hotels in die Kooperationsplattform ein und machten sie so allen verfügbar.

3. Im dritten Projektschritt fand erneut ein zweitägiger Design-Thinking-Workshop statt. Analysiert und diskutiert wurden die ersten Testerfahrungen aus der Praxisphase. Außerdem wurde der Transfer aller Vorgänge in die Hotelpraxis erarbeitet.

4. Der vierte Projektschritt bestand aus einer sechswöchigen Praxisphase zum Testen und zum finalen Anpassen und Implementieren der Innovationsideen – natürlich wurde alles auf der Online-Kooperationsplattform der „Exzellenten Lernorte“ dokumentiert.

5. Ein eintägiger Workshop zur Prüfung der Zielerreichung bildete den fünften Projektschritt.

Der Design-Thinking-Prozess gewährleistete laut „Coaching Concepts“ eine ausgesprochen hohe Teilnehmeraktivierung und lieferte in Verbindung mit der Online-Kooperationsplattform die Einbindung der Hotels in einen kreativen Gesamtprozess. Design Thinking habe es geschafft, dass immer der Mensch sowohl auf Kunden- als auch auf Anwenderseite ganz konsequent im Zentrum aller Überlegungen stand. Der Spaß am Ideengenerieren sei genauso spürbar gewesen wie eine ausgesprochene Lust am Ausprobieren von Neuem. Die Webinare und Webkonferenzen hätten Kooperation und Lerntransfer deutlich verstärkt. Die aufschlussreiche und meist sehr positive Kundenresonanz beim Testen der Ideen habe unmittelbare Erfolgserlebnisse geliefert und den Mut zu Innovationen gestärkt.

Das Ziel des Entwicklungsprojekts war es, 30 brauchbare Innovationsideen zu finden und umzusetzen. Am Ende des Projekts wurden 114 konkrete Ideen gezählt, die sich hauptsächlich damit befassten, den Service in den Hotels zu verbessern. Für die Trainer von „Coaching Concepts“ war es am Erstaunlichsten, dass die beteiligten Hotelmanager jedes Konkurrenzdenken ablegten und gemeinsam Innovationen für den Tagungsmarkt entwickelten.



Foto: Pichler

Reinhard Peter. Der Initiator der „Exzellenten Lernorte“ mit Urkunde und Eule, den Trophäen für die BDVT-Sieger.

Martin Pichler ●



→ schnell klar, dass eine inspirierende Umgebung eine Auswirkung auf Motivation und Kreativität der Workshopteilnehmer haben muss. Einleuchtend ist auch die Relevanz von bedarfsgerechten sowie flexiblen Raumkonzepten. Jeder weiß, wie ein Raum aussehen sollte, in dem gerade die dritte Phase des Design Thinkings abläuft. Es geht ums Brainstormen und die Teilnehmer sollten an Stehtischen stehen, die so klein sind, dass keine zwei Laptops darauf passen. Denn die Menschen sollen keine Ideen in private Laptops eingeben, sondern alle Ideen werden für alle sichtbar in einem Whiteboard festgehalten. Parallel dazu werden Ideen auch auf Flipchart-Blätter geschrieben, die an die Wände geklebt werden, ohne dass massive Tische und Schränke im Weg stehen. Das Stehen aktiviert den Geist und das Herumlaufen im Raum sorgt für neue Blickwinkel.

Ganz anders ist es, wenn in der vierten Phase das Prototyping angesagt ist. Dann befinden sich die Teilnehmer in einem anderen Raum. Jeder sitzt für sich an einem großen Tisch, hat das nötige Werkzeug und Material um sich herum drapiert und versucht in Einzelarbeit, seinen Prototypen zu verfeinern. Die Kreativität jeder einzelnen Phase hängt auch maßgeblich von der räumlichen Umgebung ab. Sie muss jeweils die gerade praktizierte Denkweise unterstützen.

Martin Pichler ●



Foto: Pichler

Reimer Eisenberg. Der Inhaber des „Anders Hotel Walsrode“ zeigt seine speziellen Prototyping-Räume. Er betont: „Wir erfüllen die Anforderungen des Design Thinking an mobile sowie wechselnde Raumkonzepte und störungsfreies Arbeiten.“ Außerdem könne sich die Küche den Design-Thinking-Abläufen fließend anpassen.

AUSGEZEICHNET BESSER TAGEN.



ACC
AMBERGER CONGRESS CENTRUM




- ▶ **DAS AMBERGER CONGRESS CENTRUM** zählt zur *Spitzengruppe* der bayerischen Kongresshäuser. Zahlreiche Veranstaltungen hat das ACC-Team bereits geplant und durchgeführt. Was es auszeichnet ist der Blick für das Besondere, die spontane Idee im richtigen Moment und das bisschen Mehr an *Flexibilität*.
- ▶ **MIT MODERNER ARCHITEKTUR** im Grünen gelegen zeigt sich das ACC *multifunktionell* und vielseitig: ein großer Konferenzsaal, 11 Räume, 3 Foyers, Tiefgarage, direkte Hotelanbindung, eigenes Restaurant sowie die Nähe zur historischen Altstadt garantieren *kurze Wege* und effektives Arbeiten für 10-800 Personen.
- ▶ **ALLE RÄUME BESITZEN TAGESLICHT**, sind voll *klimatisiert* und *barrierefrei* zu erreichen.

AMBERGER CONGRESS CENTRUM
 Schießstätteweg 8 • D-92224 Amberg
 Tel. 09621/4900-0 • Fax. 09621/4900-10
 E-Mail: acc@amberg.de • www.acc-amberg.de

AUSGEZEICHNET BESSER TAGEN.



Außergewöhnlich Tagen auf dem Rhein

Erleben Sie ein hervorragendes Ambiente an Bord unserer Event-Autofähre Mary Roos – einzigartig und individuell.

Machen Sie Wünsche an Bord erlebbar und seien Sie Veranstalter eines ganz besonderen Events der Extraklasse.



Veranstaltungsbeispiel



Veranstaltungsbeispiel



Fakten:
 Kapazität: 600 Passagiere
 Nutzfläche: ca. 650 m²
 Tragfähigkeit: 200 Tonnen



Veranstaltungsbeispiel

Anfragen und weitere Informationen unter:

www.bingen-ruedesheimer.de
 info@bingen-ruedesheimer.de
 Tel. +49 (0)6721-30808-0

BINGEN-RÜDESHEIMER
mehr Rhein geht nicht!

Design-Thinking-Räume gestalten

PRAXIS. Ingrid Gerstbach ist eine erfahrene Design-Thinking-Expertin. Sie hat nicht nur zwei Bücher zum Thema geschrieben, sondern hat auch für ihre Kunden auf 200 Quadratmetern den „Design Thinking Space“ (www.designthinkingspace.wien), eine inspirierende Location über den Dächern von Wien, geschaffen. Hier beschreibt sie, worauf Profis achten, wenn sie kreative Räume einrichten.

Der Raum, in dem ein Design-Thinking-Workshop stattfindet, sollte in erster Linie auf die Teilnehmer stimulierend wirken, zu Reflexionen anregen, die Zusammenarbeit der Menschen aus unterschiedlichen Abteilungen fördern und Platz für Entspannung und Spiel bieten. Die wichtigsten Aspekte dabei sind:

Unauffälliges Design

Intelligent aufgebaute Innovationsräume schreien nicht in schrillen Farben, sondern sind vor allem so organisiert, dass die Funktionalität maximiert wird. Die Fähigkeit, den Raum dem Zweck eines Projekts anzupassen, ist eine wichtige Schlüsselkomponente. Ansonsten gilt immer noch die gängige Erfahrung: Warme Naturfarben und Naturmaterialien unterstützen das kreative Denken mehr als kalte und sterile Oberflächen.

Sicherer Risikobereich

Menschen müssen Risiken eingehen, um neue Gebiete zu erkunden. Menschen suchen aber gleichzeitig nach Sicherheit, um sich auf unbekanntes Gelände vorzuwagen. Ein guter Innovationsraum bietet solch ein sicheres Umfeld – einen feststehenden Ort für Innovationen. Vor diesem Hintergrund lohnt es

sich, einen Design-Thinking-Workshop über mehrere Räume zu verteilen und jeden Raum anders zu möblieren.

Größe

Bei Räumen macht die Größe den entscheidenden Unterschied. Nicht nur Menschen brauchen Platz. Auch Whiteboards und die Prototyping-Materialien nehmen Raum ein. Wenn sich Menschen beim Arbeiten oder beim Diskutieren aneinander vorbeiquetschen müssen, werden Nerven strapaziert und die Dynamik beschnitten. Wenn Kreativität gefragt ist, muss Bewegung möglich sein. Es gilt folgende Faustregel für den Design-Thinking-Raumbedarf: bis zu 30 Teilnehmern braucht man 1,5 Quadratmeter pro Person, darüber drei Quadratmeter pro Person. Wenn innerhalb eines Raums sich mehrere Kleingruppen verteilen, um Gruppendiskussionen zu führen, dann sind 4,5 Quadratmeter pro Person angemessen.

Licht

Neben der Größe ist auch das Licht ein wichtiger Punkt. Je mehr natürliches Licht in einen Raum fällt, umso besser. So sorgt selbst an einem bewölkten Tag eine gute Portion Tageslicht für eine ruhige und komfortable Atmosphäre. Und je mehr Fenster ein Raum hat, desto mehr Sauerstoff kann man



Tagen Sie im
schönen Allgäu

Räume • Helle und grosszügige Tagungsräume für 10 bis 100 Personen, mit allen techn. Einrichtungen

Lage • Einzigartig und absolut ruhig im Grünen gelegen

Organisation • Kompetenter Ansprechpartner für die Organisation und/oder Ihr Rahmenprogramm

Küche • Regionale, exquisite und leichte Gourmet-Küche

Übernachten • 88 komfortable und gemütliche Zimmer

Wellness • Benutzung unserer Jägerhof-Therme mit Schwimmbad und vier verschiedenen Saunen



Berghotel Jägerhof
H. Aurenz GmbH & Co. KG
Inhaber: Helmut Aurenz
D-88316 Isny/Allgäu
Telefon 0049 (0) 7562 77-0
info@berghotel-jaegerhof.de
www.berghotel-jaegerhof.de



seinen grauen Zellen zuführen. Der frische Wind stimuliert zugleich auch die Sinne.

Temperatur

Die perfekte Temperatur zum Arbeiten an einem Schreibtisch liegt zwischen 22 Grad und 25 Grad. Gerade beim Design Thinking kann es einem durch die viele Bewegung schon mal warm werden. Bei der Wahl des Raums sollte darauf geachtet werden, dass man den Raum gut klimatisieren und die Temperatur immer wieder an die Wünsche der Teilnehmer, die es wärmer oder kälter haben wollen, anpassen kann.

Akustik

Wenn Menschen ihre Ideen untereinander teilen, kann es mitunter schon einmal recht laut werden. Damit die Lautstärke aber keinesfalls den Raum beherrscht, muss man sicherstellen, dass es im Raum nicht hallt. Gleichermaßen sollten Nebengeräusche so gut es geht vermieden werden. Sie stören oft die Konzentration.

Tische

An Stehtischen lässt es sich einfach besser innovieren. Warum? Weil diese Möbel vor allem für eine aufrechte Körperhaltung sorgen. Und diese hält die einzelnen Teammitglieder wiederum wach und aktiv.

Bequeme Komfortzone

Ein bequemer Rückzugsort ist viel wert. Einfach mal zurücklehnen und entspannen unterstützt die Kreativität mindestens genauso wie das aktive Forschen.

Whiteboards und Flipcharts

Whiteboards und Flipcharts stehen immer im Mittelpunkt einer Design Thinking Session. Ideen werden nicht im pri-

AUTORIN



Ingrid Gerstbach
ist Expertin für Design Thinking und Innovationsmanagement. Sie sieht sich als Entwicklungshelferin für Unternehmen, um Innovationen, neue Erfolgspotenziale und nachhaltige Wertschöpfung zu ermöglichen. Als Keynote Speakerin zeigt sie, wie sich Unternehmen mithilfe von Design Thinking neu erfinden und sich einen Wettbewerbsvorteil sichern.

Gerstbach Business Analyse GmbH
Mühlberg 22, A-3400 Weidling
Tel. +43 2243 23222-2
www.designthinking-wien.at

vaten Laptop, sondern öffentlich auf dem Whiteboard festgehalten! Im Idealfall sind Whiteboard und Flipchart mobil. Dadurch können sie in einzelnen Phasen und bei Bedarf schnell zu einer Schutzwand umfunktioniert werden.

Prototypingmaterial

Es geht darum, seinen Gedanken eine Gestalt zu geben. In einem gut ausgestatteten Innovationsraum findet sich dementsprechend eine breite Palette an (Bastel-)Ressourcen, die für jeden zugänglich ist.

Fazit: Um gute Ideen zu haben, brauchen Menschen einen offenen Geist. Der ideale Innovationsraum setzt diesen Aspekt um – mit viel Platz und Licht, Tonnen von Prototypingmaterial in einer inspirierenden Umgebung.

Ingrid Gerstbach ●

Tagen im wunderschönen Altmühltal



Frei gestalten
mit Aussicht

Das ABG Tagungszentrum in Beilngries überzeugt durch seine zentrale Lage im Herzen Bayerns. Die 20 Tagungs- und 28 Gruppenräume erlauben eine flexible Gestaltung Ihrer Veranstaltung, sowie vielfältige Set-ups von Standardbestuhlungsformen bis hin

zu aktuellen Veranstaltungsmethoden. Die Lage inmitten der Naturlandschaft bietet zahlreiche Möglichkeiten Gruppenarbeiten, Interaktionen und Teamspiele nach draußen zu verlegen. Wir beraten Sie gerne und gestalten mit Ihnen Ihre individuelle Veranstaltung.

MBT Meetingplace mit mehr als 250 Ausstellern

NACHBERICHT. Digitalisierung, Nachhaltigkeit und Sicherheit – rund um diese drei Themen drehten sich die zwei Ausgaben der Messe „MBT Meetingplace“ am 21. November 2017 in Frankfurt und am 28. November 2017 in München. Insgesamt präsentierten sich mehr als 250 Aussteller – darunter Hotels, Locations und Veranstaltungsdienstleister.

„Wir wollten Veranstaltungsplaner mit neuen Ideen inspirieren und mit möglichst viel Know-how professionalisieren. Das ist uns gelungen“, zeigte sich Messeveranstalter Alexander R. Petsch zufrieden. Aufgrund des Erfolgs des „MBT Meetingplace“ hatte sich der Veranstalter Bording Messe gemeinsam mit dem Fachbeirat vor zwei Jahren entschieden, mit Frankfurt noch einen zweiten Standort in Deutschland anzubieten. Diese Entscheidung hat sich laut Petsch ausgezahlt: Mit insgesamt 253 ausstellenden Unternehmen wurde in diesem Jahr ein Rekord aufgestellt. Zufrieden waren die Aussteller vor allem mit der Qualität der Fachbesucher. „Nach dem mehrheitlichen Feedback aus dem vergangenen Jahr haben wir dieses Jahr unseren Fokus auf die Besuchervalidierung gelegt, um eine noch höhere Qualität der Fachbesucher sicherzustellen“, erklärte Sandra Helmstädter, Projektleiterin, die noch zielgerichtete Ausrichtung der Messe. „So konnten wir den Ausstellern Topgespräche gewährleisten. Die ersten Reaktionen auf diese Entscheidung bestätigten uns darin.“

Wie man Events in den Köpfen der Teilnehmer verankert

In Frankfurt fand der „MBT Meetingplace“ im Forum der Messe Frankfurt statt. Es gab 30 Vorträge auf zwei Vortragsbühnen, die den Teilnehmern Tipps für ihr eigenes Event mit auf den Weg gaben, sei es zu Themen wie „inspirierende Meetings“ (Dr. Charles Savage, Erfinder des World-Café-Formats) oder zu ganz konkreten Fragestellungen wie die Suche nach der richtigen Software für das Teilnehmermanagement oder dem perfekten Speaker. Die in das Messegesehen integrierten Vorträge überzeugten die Teilnehmer mit Tipps und Tricks für die eigene Veranstaltung.

Wie man sein Event nachhaltig in den Köpfen seiner Teilnehmer verankert, diese Frage beantwortete Arndt Schmidtmayer in seiner Keynote. Einst habe er den Ratschlag bekommen, eröffnete Schmidtmayer seinen Vortrag, dass am Anfang einer jeden Veranstaltung ein Feuerwerk kommen müsse. „Aber ist etwas, das immer kommt und erwartet wird, eigentlich noch etwas Besonderes?“ Schmidtmayer betonte, wie wichtig es sei, individuell auf die Bedürfnisse und Kultur der Teilnehmer einzugehen. „Da darf es am Ende auch gerne mal eine strom-



Kongressmesse. Einen Teil ihrer Attraktivität bezieht die Messe MBT Meetingplace aus einem praxisnahen Vortragsprogramm.



Show. Ritter, die eigentlich für „Allgäu Events“ Werbung machen, versuchen, eine viel zu gesittete Diskussionsrunde zu „beleben“.

Fotos: Klaus D. Wolf, MBT Meetingplace

lose Blockhütte anstelle des Fünf-Sterne-Hotels oder auch traditionelle Hausmannskost statt Kaviar sein.“ Günter Mainka widmete sich der richtigen Inszenierung einer Veranstaltung. Nur mit einer guten Inszenierung bleibe man im Gedächtnis der Teilnehmer, nur so komme die Botschaft an. Zusammen mit dem Publikum spielte der Redner eine „Produktvorstellung“ durch – und präsentierte und testete live einen Elektroschocker an einer ZuhörerIn. Dass das Ganze inszeniert war und die „Testperson“ Teil einer Improvisationstheater-Gruppe war, hatte Mainka später noch aufgelöst; seine Botschaft aber dürfte mit Sicherheit in den Köpfen der Teilnehmer angekommen sein: Ohne emotionale Erlebnisse funktioniert keine Präsentation.

Sicherheit auf Veranstaltungen und vor allem die Frage „Wie kommuniziere ich im Ernstfall?“ – das war das Thema der Keynote von Martin Leber. Er brachte auf den Punkt, wie schwer es ist, sich bei diesem Thema richtig zu verhalten. „Wenn Sie im Vorfeld Teile Ihres Sicherheitskonzepts offenlegen, erzeugen Sie damit ein Sicherheitsgefühl bei Ihren Teilnehmern? Oder machen Sie sich so nicht sogar angreifbarer für potenzielle Sicherheitsrisiken?“ Eine richtige Antwort gebe es nicht. Regeln, die laut Leber noch vor drei Jahren als unantastbar galten, gibt es heute gar nicht mehr. Sicher ist nur: Das Thema Sicherheit muss sehr ernsthaft beachtet werden. Der letzte Keynote-Slot widmete sich dem Modethema Digitalisierung. In Frankfurt gehörte die Bühne Michael Heipel, der Tipps zum Digital Storytelling über Social-Media-Kanäle gab, in München gab Prof. Dr. Stefan Gröner Einblick in seine Erfahrungen zum Thema Digitalisierung und die Zerstörung von Märkten weiter.

Anja Loetscher mit dem Mice-Achievement-Award ausgezeichnet

Der „MBT Meetingplace“ in Frankfurt wartete in diesem Jahr mit der Verleihung des MICE Achievement Award auf. Die Jury um Hans Jürgen Heinrich (Herausgeber des Fachmagazins Events), Alexander R. Petsch und Siegfried Haider (Geschäftsführer Experts4events) hat Anja Loetscher, Gründerin des Geneva Convention Bureaus, als Preisträgerin 2017 und somit als Nachfolgerin des 2016 ausgezeichneten Joachim König auserkoren. „Wir freuen uns, dass wir wieder eine Persönlichkeit mit auszeichnen durften, die sich längst hoher internationaler Reputation in der Mice-Branche erfreut - auch wenn sie bisher nicht so im Rampenlicht der allgemeinen Wahrnehmung stand, wie einige andere bekannte Namen, die allerdings auch schon häufiger ausgezeichnet wurden“, erklärten Jurymitglied Hans Jürgen Heinrich, Herausgeber des Fachmagazins Events, und Events-Chefredakteurin Claudia Göhnermeier. „Anja Loetscher gehört mit in die erste Reihe – und das soll und wird dieser besondere Award für Lebensleistung auch dokumentieren.“

Die Messe „MBT Meetingplace“ kommt auch 2018 wieder – und zwar an drei Terminen: am 25. Oktober heißt es in Basel „Einfach besser treffen“, am 20. November und 27. November folgen die Termine in Frankfurt und München.

Gudrun Porath ●



**Vielseitig.
Historisch.
Einzigartig.**



**Tagungszentrum
Festung Marienberg**

- Tagen mit historischem Ambiente
- Vier Räume für bis zu 400 Personen
- Zwei großzügige Foyers

Congress · Tourismus · Würzburg
Tel.: 09 31/37 24 81, tagungen@wuerzburg.de
www.wuerzburg.de/tagungen



Chester Convention
Center



Wo das Tagen
zur Freude wird!

11 Tagungsräume
Modernste Tagungstechnik
Exquisite Verpflegung
Professioneller Service

www.chester-heidelberg.de
Tel.: +49 (0) 6221.9983700

HOTEL
chester

superior
HEIDELBERG

Auch Tagungshotels unter „schönsten Hotels Europas“

„GEO SAISON“. Das Magazin „Geo Saison“ hat wie jedes Jahr in seiner Februar-Ausgabe wieder die „100 schönsten Hotels in Europa“ vorgestellt. Darunter sind auch deutsche Tagungshotels (Überblick auf Seite 33). Mit dabei ist zum Beispiel das „Landhotel Voshövel“ am Niederrhein. Warum es völlig zu recht diese Auszeichnung bekommen hat, begründet unsere Autorin Katrin Nauber-Happel.

„Wir konnten es kaum glauben und haben uns sehr gefreut,“ berichtet Juniorchef Christopher Klump vom Landhotel Voshövel in Schermbeck bei Wesel (50 Kilometer nördlich von Düsseldorf). Das Landhotel wurde von „Geo spezial“ unter die „schönsten Hotels Europas“ gewählt. „Auch für unsere Mitarbeiter ist es ein tolles Gefühl, dass die eigene Arbeit so wertgeschätzt wird. Wir sehen es als Zuspruch, dass wir mit unserem familiengeführten Haus auf dem richtigen Weg sind.“ Immerhin habe man sich in den letzten fünf Jahren (Erweiterung auf 80 Zimmer) enorm entwickelt. Rund 12 Millionen Euro hat Familie Klump in den letzten zehn Jahren in ihr Hotel investiert. Mehr als 90 fest angestellte Mitarbeiter arbeiten inzwischen im einst überschaubaren Familienbetrieb. Die Vergrößerung der letzten Jahre stellte alles auf den Prüfstand, schließlich müssen auch die Verwaltungsstrukturen Schritt halten. Umso erfreulicher für das Team und die Inhabersfamilie, dass sich der Kraftakt gelohnt hat und ihre Leistung beim Publikum so gut ankommt und honoriert wird.

Vom ersten Festsaal in der Region zum Lifestyle-Hotel

Am Fuchshügel, niederrheinisch Voshövel, betrieben die Urgroßeltern der heutigen Inhaber eine Schankwirtschaft. Es war eine Ausflugsgaststätte in der schönen, waldreichen niederrheinischen Landschaft nahe der holländischen Grenze. 1872 beginnt damit die Erfolgsgeschichte des heutigen Vier-Sterne-Superior-Landhotels Voshövel. Aus der Gaststätte entwickelte sich schnell Größeres, denn Familie Klump war schon seit jeher mit Pioniergeist ausgestattet. Hier entstand der erste Festsaal der Region, die ersten Hotelzimmer kamen hinzu und später in den 1980er-Jahren war es Werner Klump, der als einer der ersten im Lande professionelle Tagungsräume bauen ließ, eigene Rahmenprogramme erdachte und sich mit seinem Hotelteam im entstehenden Tagungsmarkt positionierte. Das Geschäft lief so gut, dass am Voshövel immer wieder angebaut wurde. Platz gab es zwischen Wäldern, Wiesen und Golfplatz noch genug, ebenso wie die Lust auf immer wieder Neues. Multifunktionale Veranstaltungsräume und weitere Gästezimmer in den sogenannten „Drömhüs“ kamen hinzu, und weil alles größer wurde, mussten auch die Gastronomie und der



Fotos: Voshövel

Empfangsbereich bald erweitert werden. Das gemütliche und moderne Restaurant umfasst heute fünf verschiedene Räume, wobei der Charme des Landhauses bei aller Modernität immer erhalten geblieben ist. Die Küche war schon immer eines der Zugpferde des Hauses. Kein Wunder, schließlich sind sowohl Werner Klump als auch Sohn Christopher unter anderem gelernte Köche. Ideenreiche Kreationen und frische regionale Produkte sind selbstverständlich.

Elf moderne Seminar- und Tagungsräume und ein Pavillon

Für Seminare und Tagungen, die noch immer Standbein des Hauses sind, stehen heute elf modern ausgestattete Räume von 26 bis 240 Quadratmeter Größe für unterschiedliche Veranstaltungsschwerpunkte zur Verfügung. Der runde Parkpavillon für 55 Personen mit seiner Spiegelfassade zum weitläufigen Garten ist einer der schönsten Pavillons der Region. Sein separates Foyer, integrierte Sitzcken, eine eigene Ter-



Landhotel Voshövel. Die Wellnesslandschaft erstreckt sich über zwei Etagen und die puristischen Zimmer begeistern mit viel Licht und Naturholz.

rasse sowie eine versteckte Bar hinter der Leinwand machen ihn multifunktional nutzbar. Der Festsaal von einst wurde renoviert, mit moderner Technik und einer Bühne ausgestattet – und als einmal ein Automobilhersteller seine Fahrzeuge hier zeigen wollte, wurde das Portal entsprechend vergrößert. Seither finden hier neben stilvollen Bankettveranstaltungen auch Präsentationen und größere Tagungen statt. Im weitläufigen Hotelgarten entstand das „Confideum“, ein kleiner malerischer Säulenpavillon, der auf Klumps Initiative hin bald als Standesamt-Außenstelle fungieren dürfte. Heute finden im Voshövel bis zu 220 Hochzeiten pro Jahr, manchmal zwei bis drei parallel, statt.

In einer Sauna sollte niemand das Gefühl haben, in einer Sardinenbüchse zu sitzen

Im Jahr 2006 keimte bei Werner Klump schließlich der Gedanke, dass seinem Landhotel noch ein Wellnessangebot fehle. Erneut vom Pioniergeist gepackt, machte er sich zusammen mit seiner Frau Carmen auf Reisen und besuchte zahlreiche Wellnesshotels in Deutschland und Österreich. Nur was ihnen selbst gefiel, sollte im Voshövel verwirklicht werden. Auch der Wellnessbereich musste von Anfang an professionell und auf hohem Niveau betrieben werden. Eine Erkenntnis setzte sich schnell durch: Angebot und Ambiente der Wellnesshotels konnten noch so schön sein, sobald es voll wurde, war es Feierabend mit der Schönheit des Spa-Bereichs. Das Gefühl, wie eine Ölsardine in der Sauna zu sitzen,

mag niemand. Also wurde das Wellnessangebot im Voshövel von Anfang an überdimensioniert geplant. Die Gäste sollten sich auch dann wohlfühlen, wenn es voll wurde. Enge durfte nicht aufkommen – auch nicht am Wochenende. Der zweite Grundgedanke war: Es sollte sich eine natürliche Schönheit entfalten. Viele Naturmaterialien und eine idyllische Gestaltung des Außenbereichs gehörten dazu. Im Wellnessgarten entstand eine Außensauna aus finnischem Keloholz, dazu ein Schwimmteich. Helle, erdverbundene, warme Farben dominieren das Interieur in den Anwendungs- und Ruheräumen, bodentiefe Fensterfronten sorgen für entspannende Ausblicke. Ein moderner Fitnessraum für die bewegungsfreudigen Gäste durfte ebenfalls nicht fehlen. Die Gäste nahmen das Angebot dankbar an. Klump hatte die Zeichen der Zeit richtig interpretiert.

Der Gast bekommt unausweichlich das Gefühl, etwas Besonderes zu sein

Im Jahr 2012 stieg dann die nächste Generation ins Hotelgeschäft ein. Die Kinder Christopher und Katharina Klump hatten jeweils Ausbildung und Studium abgeschlossen und begannen nun ihrerseits Ideen einzubringen. 2015 wurde der nächste Meilenstein am Voshövel eröffnet: der Livingroom Spa. Auf 2.500 Quadratmetern Fläche entstand ein Wellnesstempel der Extraklasse. Auf zwei Ebenen verwöhnt die Gäste nun eine Wohlfühl-Oase, die ihresgleichen in Deutschland sucht und die in der Vergangenheit bereits diverse Auszeich- →

Tagungshäuser unter den „schönsten Hotels in Europa 2018“

Internetrecherche. Die Zeitschrift „Geo Saison“ (2/2018) hat die schönsten Hotels in Europa ermittelt. Wir haben hier jene deutschen Hotels ausgekoppelt, die Tagungskapazitäten haben.

Hotel	Tagungs- und Seminarräume	Kommentar „Geo Saison“
Hotel Bachmair Weissach Wiesseer Straße 1, 83700 Weißach (Rottach-Egern), Tel. 08022 84246000 www.bachmair-weissach.com	Es gibt eine „Bachmair Weissach Arena“ (2.700 Quadratmeter und Platz für bis zu 1.100 Personen). Außerdem hat das Hotel 17 Tagungs- und Seminarräume für sechs bis 300 Personen.	Platz 2 in der Kategorie „Food“. Eleganz und bayerische Herzlichkeit werden gelungen vereint.
Wald & Schlosshotel Friedrichsruhe Kärcherstraße 11, 74639 Zweiflingen-Friedrichsruhe, Tel. 07941 60870 www.schlosshotel-friedrichsruhe.de (ein Unternehmen der Würth-Gruppe)	Acht Tagungsräume. Ein historischer Schlosssaal bietet auf 100 Quadratmetern Platz für Gruppen von 40 bis 80 Personen, je nach Bestuhlung.	Platz 2 in der Kategorie „Wellness“. Breite Anti-Aging-Palette und das „Gourmet-Restaurant“ liefert aufs Köstlichste die Energie dazu.
Hollerhöfe Unterer Markt 35a, 95478 Waldeck bei Kemnath, Tel. 09642 704310 www.hollerhoefe.de	Zwei Tagungsräume, jeweils mit Platz für Gruppen von 28 bis 50 Personen, je nach Bestuhlung. Ein Tagungsraum befindet sich in einer ausgebauten Scheune.	Platz 2 in der Kategorie „Landhotel“. In dem alten Schusterhaus aus dem 18. Jahrhundert vereinen sich Vergangenheit und Gegenwart.
Henri Hotel Berlin Meinekestraße 9, 10719 Berlin Tel. 030 884430 www.henri-berlin.com	Ein Tagungsraum im „Herrenzimmer“ für bis zu 12 Personen.	Platz 2 in der Kategorie „City Hotel“. Der jüngere Verwandte vom Hamburger „Henri“ pflegt die Familientradition, ein exklusiver Club zu sein.
Landhotel Voshövel GmbH Am Voshövel 1, 46514 Schermbeck Tel. 02856 91400 www.landhotel.de	12 Tagungsräume für 6 bis 250 Personen, je nach Bestuhlung. Der größte Tagungsraum ist ein Festsaal. Ein Tagungsraum befindet sich im Pavillon im Park.	Platz 2 in der Kategorie „Landhotel“. Seit 1872 zieht das Haus Gäste mit Naturhunger an. Die Penthousesuiten taugen als Cover-Motiv eines Trendmagazins.
Mattlihus Familie Geißler Iselerstraße 28, 87541 Oberjoch Tel. 08324 980289 www.mattlihus.bio	Ein Extratagungshaus auf 1.235 Höhenmetern für bis zu 35 Personen.	Platz 2 in der Kategorie „Berghotel“. Es fällt leicht, in Deutschlands höchstgelegenen Vier-Sterne-Biohotel den Alltag hinter/unter sich zu lassen.
Provocateur Hotel Berlin Brandenburgische Straße 21, 10623 Berlin, Tel. 030 22056060 www.provocateur-hotel.com	Ein Event- und Meeting-Raum für bis zu 200 Personen.	1. Platz in der Kategorie „Design-Hotel“. 58 Zimmer, Bar und Restaurant locken mit einer Ausstattung, die ohne Weiteres eine Burlesque-Revue beherbergen könnte.
Renthof Renthof 3, 34117 Kassel, Tel. 0561 506680 www.renthof-kassel.de	5 Räumlichkeiten für Tagungen von 10 bis zu 300 Personen	2. Platz in der Kategorie „Design-Hotel“. Im Jahr 1298 als Karmeliterkloster erbaut. Keins der 55 Zimmer gleicht dem anderen.
Roomers Baden-Baden Lange Straße 100, 76530 Baden-Baden, Tel. 07221 901930 www.roomers-badenbaden.com	6 Tagungsräume für 20 bis 180 Personen, je nach Bestuhlung. Darunter ein „Private Dining Room“.	Platz 2 in der Kategorie „Luxushotel“. Besucher schlafen in 130 vom italienischen Stardesigner Pietro Lissoni gestalteten Zimmern. Höhepunkt: der Infinity-Pool im fünften Stock.
Seezeitlodge Am Bostalsee 1, 66625 Gonneseweiler Tel. 06852 80980 www.seezeitlodge-bostalsee.de	3 Tagungsräume mit Platz für 24 bis 150 Personen, je nach Bestuhlung. Alle drei Räume können zusammengelegt werden.	Platz 2 in der Kategorie „Wellness“. Picknick geplant? Freundliche Mitarbeiter liefern einen mit Köstlichkeiten gefüllten Rucksack. Entspanntes Yoga zählt zum „Aktiv-Programm“.
Severin's Am Tipkenhoog 18, 25980 Keitum/Sylt Tel. 04651 460660 www.severins-sylt.de	2 Tagungsräume für 20 bis 90 Personen, je nach Bestuhlung. Die Räume können zusammengelegt werden. Zusätzlich steht ein Kaminzimmer für 10 Personen zur Verfügung.	Platz 2 in der Kategorie „Wellness“. Ein Fest für Liebhaber von gediegenem Luxus.

→ nungen wie zum Beispiel „Wellness-Aphrodite 2016“ in der Kategorie Spa-Design und den „Spa-Star 2017“ als bester Newcomer erhalten hat. Die offene Architektur mit Wintergartenfeeling auf zwei Etagen, ausgefeilte Beleuchtung, liebevolle Dekorationen vom Tisch bis zur Lampe sowie eine konsequent innovative und geschmackvolle Einrichtung als Wohnzimmer mit Wow-Effekten gibt dem Gast das Gefühl, etwas ganz Besonderes zu sein. Auch hier war den Machern wieder nur das Beste und Schönste gerade gut genug. Allein 120 Ruhemöglichkeiten mit Blick in den Garten verteilen sich auf verschiedene Liegen, Langflorsofas und Wasserbetten auf verschiedenen Ebenen. Zum Angebot gehört auch ein Spa-Kino. Auf der Leinwand läuft der Film und der Gast entscheidet selbst, ob er zum Kopfhörer an seiner bequemen Liegestatt greift oder nicht. Eine eigene Bibliothek mit 200 Bildbänden und Romanen gehört ebenfalls dazu. Und das Ganze ist eingerichtet wie eine Ausstellung der neusten Wohnzimmergeneration von „Schöner Wohnen“.

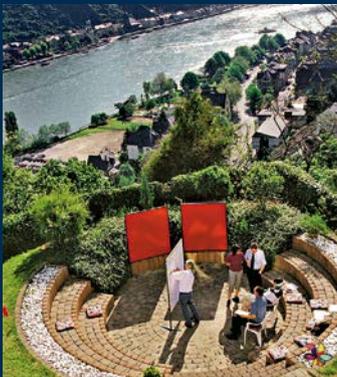
In den Penthouse-Suiten ist die Privatsauna automatisch mit dabei

In dieser makellos schönen Innenarchitektur erwartet die Gäste dann neben den mannigfachen Ruhezonen ein Innen- und ganzjährig beheizter Außenpool, ein Whirlpool im Gar-



Reisemagazin. Das Februar-Heft von „Geo Saison“ überraschte mit einem einzigartigen Hotelranking.

ten, auch draußen außergewöhnliche Ruheinseln, vier verschiedene Saunen, zwei Dampfbäder, Infrarot-Wärmekabine, Rhassoul, ein Salzluftraum, Solarium, ein Tepidarium, ein Parlarium (für Fußbäder), Erlebnisduschen sowie ebenso schöne Behandlungs- und Baderäume inklusive Hammam und Retro-Bad. Ein Kursraum sowie das Wellnessbistro komplettieren das Angebot. Selbstverständlich gehören auch neue Wellnesszimmer mit kurzen Wegen direkt in den Wellnessgebäuden dazu, um es den Gästen so bequem wie möglich zu machen. Besonders angenehm sind die großzügigen Penthouse-Suiten mit Privatsauna, Dachterrasse und Natursteinkamin. →



24 exzellente LERNORTE

finden Sie in ganz Deutschland und unter www.exzellente-lernorte.de



EXZELLENT LERNORTE sind herausragend spezialisierte Tagungshotels, die durch ein optimales räumliches Umfeld Lernerfolge verstärken. Alle Häuser orientieren sich an neuesten Trends und Erkenntnissen der Weiterbildung, um perfekte Lernbedingungen zu bieten. Jedes Hotel pflegt dabei seine ganz besonderen Spezifikationen. Die kompetenten Mitarbeiter der Exzellenten Lernorte sind für Trainer und Personalentwickler Gesprächspartner auf Augenhöhe für nahezu alle Trainingsformen. Alle Hotels eint zudem der permanente Austausch untereinander und gemeinsames Lernen, um durch Innovation und moderne Mitarbeiterführung exzellenter Ideengeber für Tagungskunden zu sein.

tagen

→ Schon in der Vergangenheit gab es individuelle Themenzimmer im Voshövel. Damals waren es vielfach Sportthemen wie Golf-, Basketball oder Boxzimmer. Heute ist gerade eine Etage mit zehn „Bretz-Zimmern“ fertig geworden. Zusammen mit der Polstermanufaktur Bretz wurden extravagante Stoffe und Möbel mit Böden, Wänden und Dekorationen aufeinander abgestimmt. Bretz-Möbel setzen ein Zeichen gegen Austauschbarkeit und Normalität. Die hochwertigen Velours- und Gobelinstoffe lässt sich die Manufaktur eigens anfertigen und setzt sie bewusst auffallend in Szene. Dabei entsteht ein mutiges Design für charaktervolle Möbel für Menschen mit persönlichem Stil. Genau solche Einrichtungsdetails sucht Familie Klump gern für ihre Gästezimmer aus, um sich vom Hotelzimmer-Einerlei abzuheben.

Im Hotelgarten findet man eine alpenländische Après-Ski-Hütte

Wer sich abends im Voshövel gemütlich zusammensetzen möchte, hat auch hier ein paar außergewöhnliche Möglichkeiten. Auf dem weitläufigen Gelände liegt an einem kleinen Weiher die Ernst-August-Hütte. Aus Keloholz massiv gebaut, bietet sie im Stil einer alpenländischen Après-Ski-Hütte mit Grill und Terrasse eine urig-gemütliche Atmosphäre für zünftige Hüttenabende. Im Restaurant stehen mit der Lindenstube,



der Wirtschaft oder dem Jagdzimmer weitere gemütliche Rückzugsräume für kleinere oder größere Gruppen zur Verfügung, sodass verschiedene Gäste ihren Lieblingsplatz finden. Zu guter Letzt wurde Ende Februar die neue Lobby und Bar des Landhotels Voshövel eröffnet. Eine schicke, moderne und zugleich warme Atmosphäre mit viel Holz und Kamin



*Was wir wissen,
ist ein Tropfen;
was wir nicht wissen,
ein Ozean.
(Isaac Newton)*



PROFESSIONELL UND INDIVIDUELL TAGEN

- 146 komfortable Doppelzimmer im attraktiven Design
- 7 moderne und helle Tagungsräume mit hochwertiger Technik für bis zu 200 Personen
- Restaurant Sudhaus für bis zu 280 Personen
- SEASONS SPA mit Sauna- und Schwimmbadbereich, Ruheliegen und Fitnessraum
- Willinger Brauhaus:
Bierseminare und Besichtigungen mit Verkostung der hauseigenen Biersorten
- Trendgastronomie LEOs Bierkeller für exklusive Abendveranstaltungen

Best Western Plus Hotel Willingen in der ErlebnisWelt Willinger Brauhaus
Briloner Straße 56 · 34508 Willingen
Telefon 0 56 32-96 900 · verkauf@erlebniswelt-willingen.de · www.hotel-willingen.de



Räume. Die Seminar- und Tagungsräume sind lichtdurchflutet. In den Pausen kommt man schnell in den Garten.

verwöhnt die Gäste. Eine aufwendig gestaltete Bar-Karte verspricht eine vielfältige Getränkeauswahl. Mit 70 Plätzen, verteilt auf die klassische Bartheke und weitere Sitzgruppen, dient die neue Bar den Tagungsgruppen auch gleichzeitig als zentrale Pausenzone und bildet gleichsam das neue Herzstück des Landhotels zwischen Restaurant und Schlemmergarten. „Die Leute sortieren uns gerne in Schubladen. Sie nennen uns Tagungshotel, Wellnesshotel, aber eigentlich sind wir einfach ein Landhotel“, fasst Juniorchef Christopher Klump das Wesen seines Hotels zusammen. „Wir könnten auch ein Urlaubshotel sein – eines für den Österreich-Urlaub am Niederrhein.“

Wie kam „Geo Saison“ zu seinen 100 schönsten Hotels in Europa?

Das Magazin „Geo Saison“ aus dem Hause Gruner & Jahr hat 29 internationale Experten aus der Tourismus-, der Medien- und der Designbranche gebeten, in zehn Kategorien jeweils bis zu zehn Hotels zu benennen, die ganz subjektiv als die „Schönsten“ in Europa erachtet werden. Das Auswahlkriterium hieß: „Welches Haus würden Sie Freunden empfehlen?“ Die Häuser mit den meisten Nennungen haben es ins Ranking geschafft. In jeder Kategorie („Am Meer“, „Land“, „Wellness“, „City“, „Berge“, „Design“ „unter 100 Euro“, „außer Konkurrenz“, „Luxus“ und „Food“) gibt es einen Sieger. Alle weiteren Hotels in dieser Kategorie teilen sich den zweiten Platz. Sie gelten als gleichermaßen ausgezeichnet. Die besondere Art, wie das Ranking zustande kommt, hat zur Folge, dass jedes Jahr sehr viele neue Hotels in die Hitliste aufgenommen werden. In diesem Jahr sind von den 100 Hotels 94 Hotels zum ersten Mal dabei. Die Subjektivität, die Teil dieser Liste ist, führt zum Beispiel dazu, dass namhafte Tagungshotels aus dem letzten Jahr überraschenderweise nicht mehr im aktuellen Ranking vertreten sind. Dazu gehört zum Beispiel das Schloss Elmau, das im letzten Jahr noch Platz 1 in der Kategorie „Wellness“ belegte und das für seine 17 vorbildlichen Seminarräume noch ausgiebig gelobt wurde.

Katrin Nauber-Happel ●



SpielRaum

RuheRaum

LebensRaum

In klösterlicher Ruhe tagen

- idyllische Lage im Großraum Rhein-Main
- 79 ruhige großzügige Gästezimmer
- 10 Tagungsräume für bis zu 120 Personen
- modernste Tagungstechnik
- 3 Sterne Superior Standard
- frische, gesunde und vielseitige Küche

Schmerlenbacher Str. 8 • 63768 Hösbach
Fon 06021 6302-0 • www.schmerlenbach.de

TAGEN in Bayerns einzigartigem Wellnesshotel!



Urlaubsfeeling inklusive.
Im römischen Ambiente des Hauses erwartet Sie freundlicher, professioneller Service.



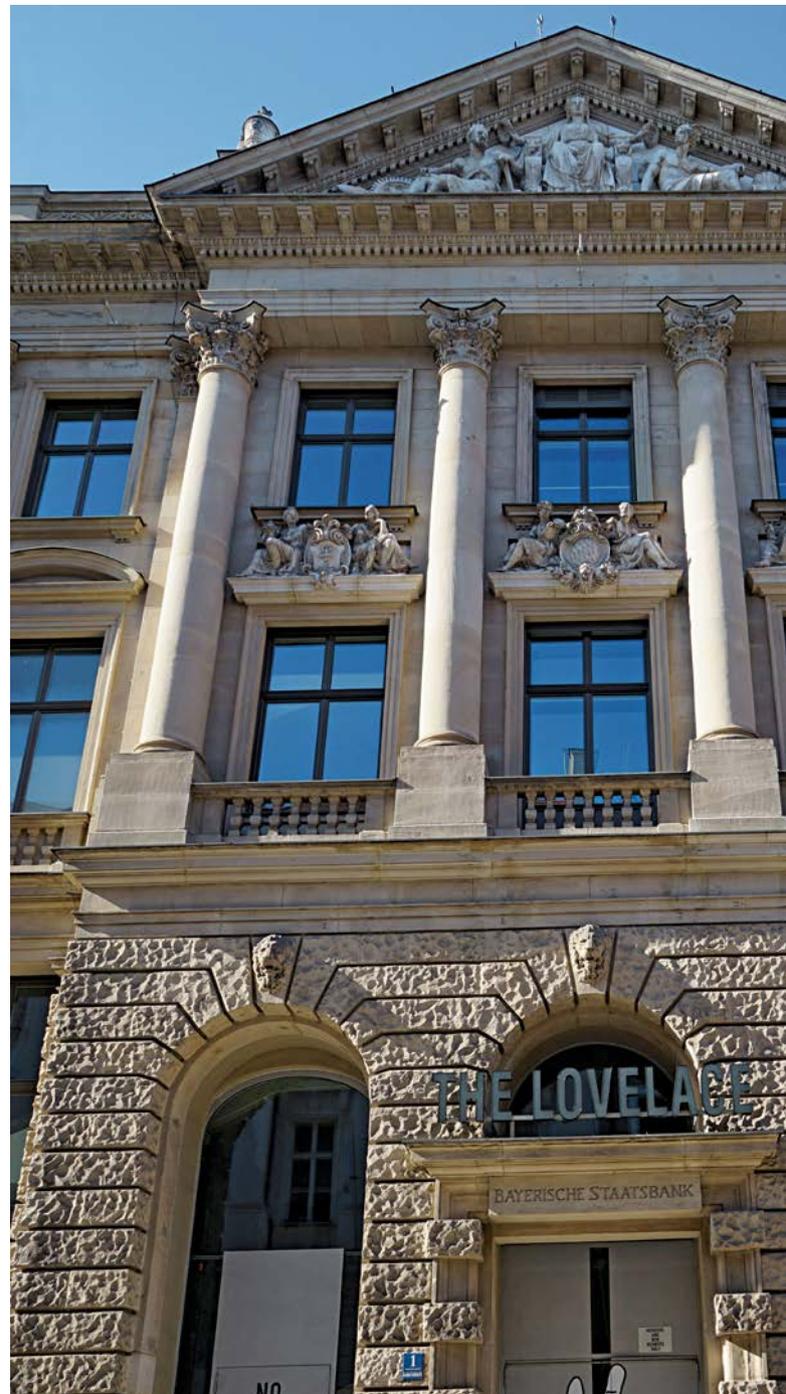
Übernachten in einer ehemaligen Staatsbank

MÜNCHEN. In den Räumen der ehemaligen Bayerischen Staatsbank in bester Münchner Innenstadtlage hat im September 2017 das Hotel „The Lovelace“ als Pop-up-Hotel eröffnet. „Pop-up“ heißt, dass das Hotel nur vorübergehend die Räume nutzen darf. Die (Business-)Gäste sind restlos begeistert – von den zu Hotelzimmern umgebauten Büros und dem Kulturprogramm, das das Hotel jeden Abend bietet.

Eine breite Steintreppe, gesäumt von einem Geländer aus dunklem Marmor, führt in den ersten Stock des historischen Gebäudes, in dem bis vor wenigen Jahren die Bayerische Staatsbank untergebracht war. An der Wand lehnen Schilder mit Statements wie „All places are temporary places“ oder „This is really happening“. Durch eine schwere Tür betritt man das Hotel „The Lovelace“. Links befindet sich die Rezeption, rechts liegt das Herzstück des Pop-up-Hotels: Die hundert Quadratmeter große Lobby, ein riesiger offener Raum, der sich über drei Stockwerke erstreckt und von einer großen Glaskuppel überdacht wird.

Wo einst Aufsichtsbeamte über den Geldmarkt wachten, haben der Münchner Szene-Gastronom Michi Kern und sein Geschäftspartner Gregor Wöltje eine Fläche von 4.800 Quadratmetern in ein Gesamtkunstwerk verwandelt. Das Gebäude ist jetzt Hotel, Event- und Meeting-Halle sowie Bar. Hotelgäste, Kunstfreunde, Partygäste und Manager treffen aufeinander. Die Lebensdauer des Hotels „The Lovelace“ ist beschränkt bis Ende 2018. Bereits 2012 hatte die Bayerische Hausbau, die Immobilienochter der Schörghuber Unternehmensgruppe, das Gebäudeensemble an der Kardinal-Faulhaber-Straße von der Hypovereinsbank gekauft, die jedoch noch bis 2016 Mieter blieb. Ab 2019 soll in dem Ende des 19. Jahrhunderts errichteten Gebäudeensemble ein neues „Ultra-Luxury-Hotel“ der Hotelgruppe Rosewood Hotels & Resorts entstehen. Die Eröffnung ist für 2023 geplant.

Dass hier ein Pop-up-Hotel entstand, war eher Zufall. Als Gastronom kenne er natürlich die Bayerische Hausbau, erzählt Michi Kern. Bei einem Gespräch über eine mögliche neue Gaststätte habe er dann spontan vorgeschlagen: Warum machen wir nicht mal ein Hotel? Doch dafür hatte das Immobilienunternehmen gerade kein passendes Projekt. „Dann machen wir halt ein Pop-up-Hotel“, habe er damals in den Raum geworfen, erinnert sich Kern. Daraufhin sei die Bayerische Hausbau mit dem Vorschlag gekommen, die ehemalige Bayerische Staatsbank zu nutzen. Für die knapp zweijährige Zwischennutzung haben die Gesellschafter der Lovelace GmbH 1,5 Millionen Euro an Privatgeldern in den Umbau gesteckt. Der dauerte zwar nur vier Monate, bis die Genehmigung der Lokalbaukommission für die Nutzungsänderung vorlag,

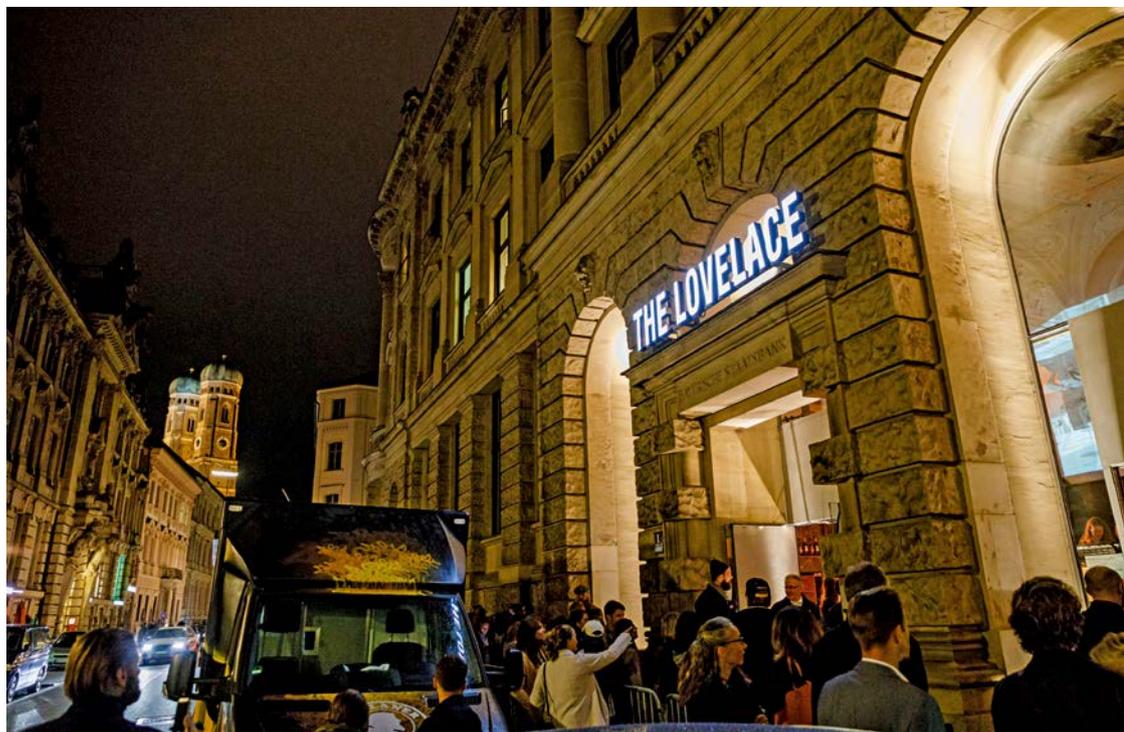


gingen jedoch sieben Monate ins Land. „Bei der Nutzungsänderung interessieren eigentlich vor allem zwei Dinge: der Brandschutz und die Statik“, erklärt Wöltje, selbst gelernter Architekt. Bei beiden habe es nur sehr wenige Änderungen gegeben. Aber für die Behörde sei das eben auch ungewohnt, etwas Temporäres noch dazu mit einer Mischnutzung als Hotel, Veranstaltungsraum, Einzelhandel und Bar zu genehmigen.

Jeden Tag gibt es Konzerte, Lesungen, Party

Aus den nüchternen Vorstandsbüros der alten Bank wurden 30 schlichte, moderne Hotelzimmer mit schalldichten Türen und Wänden, massiven Eichenböden und einer Deckenhöhe von vier Metern. Die Wände sind hinter dunkelgrauen Vor-

hängen versteckt. Besonders die 52 Quadratmeter großen Ecksuiten bestechen durch eine große Fensterfront mit Blick auf die Frauenkirche oder die Salvatorkirche. Die neu eingebauten Duschkabinen wirken allerdings zum Teil etwas provisorisch. Dafür schlafen die Gäste auf handgemachten Naturbetten und können sich an edlen Sofas und einem hochwertigen Sound-System erfreuen. Nur einen Fernseher gibt es nicht. Dafür werden im Hotel „The Lovelace“ Happenings mit täglich wechselndem Programm wie Ausstellungen, Performances, Konzerte, Lesungen, Diskussionen, Showrooms und Partys geboten. Jeden Tag läuft mindestens eine Veranstaltung, manchmal sind es sogar drei am Tag. Von Anfang September bis Mitte Februar habe man insgesamt über 230 Veranstaltungen mit fünf bis 700 Personen gehabt, so Michi Kern.



Stadtmitte München. In der Kardinal-Faulhaber-Straße Nummer 1 befindet sich das „Lovelace“. Im Hintergrund des rechten Fotos sind die Türme der Frauenkirche zu sehen.

Fotos: Thomas Kiewning, Steve Hend

Die Location sei eben etwas Besonderes. „Wir inszenieren und präsentieren“, erklärt der Geschäftsführer. Bei Konzerten genossen es die Gäste, den Klängen auch von den Galerien im zweiten und dritten Stock lauschen zu können. Zur Vorstellung eines Grafikbuches oder einer Lesung von Gedichten seien 150 Gäste gekommen. Und es gebe sogar Privatpersonen oder Agenturen, die das ganze Hotel für ein Wochenende mieteten. „Dahinter steht ein klares Konzept“, erklärt Gregor Wöltje, neben Michi Kern Geschäftsführer der Lovelace GmbH und Unternehmensberater mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit, Strategie, Marketing und Unternehmenskommunikation. „Inhalte, Themen und Qualität sind sehr wichtig für uns“, so der Geschäftsführer. Wesentlich sei es, Hotelgäste und das Münchner Publikum zu mischen. Auch für Firmenveranstaltungen wird das Happening-Hotel gern gebucht. Zu →

→ den Kunden gehören etliche Dax-Konzerne. Für Red Bull habe man ein Bar-Bank-Festival für 3.000 Gäste organisiert und dafür in alle Zimmer Bars eingebaut. BMW hat drei Räume im zweiten Stock dauerhaft gemietet und macht hier Workshops und andere Meetings. Gerade von den Firmenkunden bekomme man ein sehr gutes Feedback, weiß Wöltje. Das Lovelace sei ein sehr ungewöhnlicher und vor allem belebter Ort. „Hier taucht man in einen Lebensraum ein“, so der Geschäftsführer. Das sei eben etwas anderes als die üblichen Tagungsräume.

Mittelpunkt des Hotels ist die Lobby auf der Eingangs-Etage, die als Bühne für Performances aller Art, aber auch für Vorträge oder ein Dinner genutzt werden kann. Der hundert Quadratmeter große Raum befindet sich auf einer schwebenden Ebene, verfügt über einen Mediawall-Background und ein Tageslicht-Glasdach und ist von den Galerien der beiden oberen Etagen einsehbar. Bei Reihenbestuhlung bietet er Platz für hundert Personen – bei einem gesetzten Dinner für 40 bis 70 Personen.

1.500 Quadratmeter für Meetings

Auf der zweiten Etage befinden sich die Temporary Shops und das Zwickl-Appartment, das in Zusammenarbeit mit der Paulaner Brauerei als Party-Location mit DJ-Set und Light- & Soundsystem für bis zu hundert Personen ausgestattet wurde, aber auch für Foto-Shootings, Video-Drehs und Wohnzimmer-Konzerte geeignet ist. Auf 85 Quadratmetern verteilen sich drei Räume inklusive Schlafzimmer und Bad mit Glasfront und einem 22 Quadratmeter großen Balkon. Das Dachgeschoss im dritten Stock bietet 1.500 Quadratmeter Fläche und eignet sich als Showroom sowie für Konferenzen, Meetings und Seminare für 20 bis 400 Gäste. Studio 1 mit 80 Quadratmetern, Glasfront, Tageslicht und einer bepflanzten Green Wall kann für Meetings, Talks und Sport Events genutzt werden. Der Raum hat einen Sportboden. Sportequipment (Tischtennis, Fitness oder Boxsäcke) gibt es auf Anfrage. Bei Reihenbestuhlung ist Platz für 50 Personen. Er ist kombinierbar mit der Perrier Jouet Corner, einem 45 Quadratmeter großen Eckraum, der

Eigentümer des Lovelace (von links):
Cambis Sharegh (Gesellschafter), Michi Kern (geschäftsführender Gesellschafter), Gregor Wöltje (geschäftsführender Gesellschafter), Lissie Kieser (Geschäftsleitung und Gesellschafterin), Alexander Lutz (Gesellschafter).



Zugang zu einer kleinen Dachterrasse hat. Für Workshops, kleine Dinner bis zu 28 Personen oder Empfänge steht Studio 2 mit 75 Quadratmetern zur Verfügung, das ebenfalls über Tageslicht, eine Green Wall und den Zugang zur Dachterrasse verfügt und mit der Fever Tree Corner, dem anderen Eckraum, kombinierbar ist. Den größten Raum nimmt die Housetop Bar mit 185 Quadratmetern ein, auch sie hat Tageslicht, Green Wall und Zugang zur Dachterrasse und ist der geeignete Platz für Konzerte (ein Steinway Piano steht bereit), Lesungen oder Partys für bis zu 200 Personen.

Das Hotel „The Lovelace“ hat kein eigenes Restaurant. Die Bewirtung des Cafés in der Lobby und bei Veranstaltungen erfolgt durch eine provisorische Küche im Dachgeschoss. Serviert werden ausschließlich vegetarische Speisen für bis zu 500 Gäste. Das vegetarische Catering komme sehr gut an, sagt Michi Kern, als Betreiber von drei Yoga-Studios selbst überzeugter Vegetarier. „Das kann auch ein Dax-Vorstand intern gut verkaufen und Sympathiepunkte sammeln.“ Und schließlich gehe es ja auch darum, etwas Neues auszuprobieren. Der Erfolg hat bei den Gründern den Appetit auf mehr geweckt.





„Wir wollen definitiv ein Anschlussprojekt bespielen“, sagt Wöltje. Damit das gut funktioniert, hat man sich mit einer Düsseldorfer Investmentgesellschaft zusammengetan, die im Dezember 2017 eine zehnjährige Beteiligung an der Lovelace GmbH übernommen hat. Denen gehe es darum, ihre Konzepte mit unserem „jungen Irrsinn“ anzureichern, so Michi Kern. „Die schauen mit ihrem Know-how auf die Immobilien und mit ihrem Geld können wir dann die Hausbesitzer begeistern“, so der Szene-Gastronom. Er habe da schon noch ein paar neue Ideen, die er aber nicht verrate. Dabei gehe es um die Kombination von Gaststätte, Hotel, Wohnen, Büro, Coworking, Kultur und Party. Gesucht werden nicht unbedingt nur Gebäude für die temporäre Nutzung. Wichtig sei eher der Aspekt „Happening“, so Gregor Wöltje. Nach etwa drei Jahren würde man das Konzept sowieso immer wieder ändern. „Das hat nur eine gewisse Haltbarkeit“, so der Geschäftsführer, „Veränderbarkeit und Flexibilität sind Teil unseres genetischen Codes. Wir wollen alles so flexibel wie möglich halten.“ Ein Motto, von dem viele etwas lernen könnten.

Bärbel Schwertfeger ●



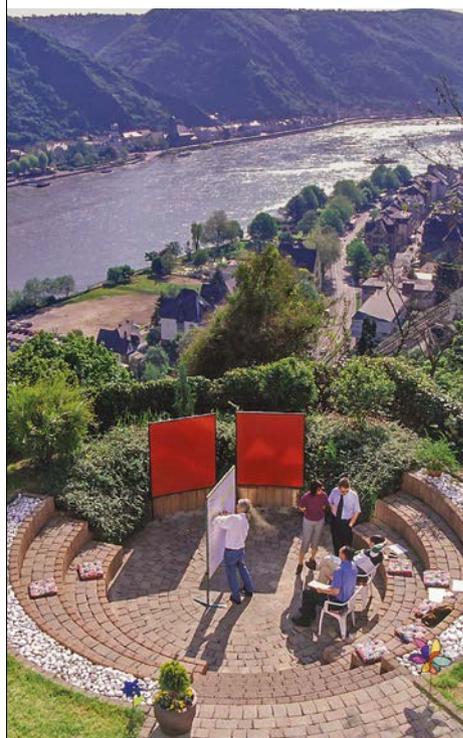
Typische Zimmer. Ehemalige Büros sind jetzt Hotelzimmer. Die vier Meter hohen Wände werden durch lange Vorhänge verschönert. Die Aussicht ist herrschaftlich.

BURKARDUS HAUS
TAGUNGSZENTRUM AM DOM

Das zentrale Tagungszentrum in Würzburg

- Moderne, helle Tagungsräume für 14 bis 180 Personen
- Flexible Räume angepasst an Ihre Anforderungen
- Regionale Köstlichkeiten täglich frisch zubereitet
- Ruhe genießen mit Blick auf den Dom

Burkardus Haus Tagungszentrum am Dom
Am Bruderhof 1, 97070 Würzburg
Tel. 0931 386-44 000 · info@burkardushaus.de · burkardushaus.de



Tagen mit besten Aussichten



Wir schaffen für Sie, mit dem Kommunikationskonzept TradiVision®, außergewöhnliche Lernmomente!

ROMANTIK HOTEL **Schloss R R** Rheinfels

Schloßberg 47 | 56329 St. Goar | Tel. 06741 802 -0

www.schloss-rheinfels.de

Mehr als Torwandschießen

RAHMENPROGRAMME. Die deutsche Fußballnationalmannschaft tritt im Sommer zur Mission „Titel-Verteidigung“ an. Die Fußballweltmeisterschaft, die vom 14. Juni bis zum 15. Juli in Russland stattfinden wird, bietet Unternehmen wieder einmal die Gelegenheit, das beliebte Thema „Fußball“ als Rahmenprogramm von Tagungen und Events zu nutzen. Die Agentur Proteco hat 270 Fußball-Event-Ideen zur WM 2018 in einem Buch zusammengefasst und verspricht „More than Torwand“.



Nicht erst seit dem legendären Titelgewinn 2014 in Brasilien gehört Fußball zu den Lieblingssportarten der Deutschen. „Da ist es nur sinnvoll, das Thema Fußball als emotionales Vehikel für die eigene Marke oder das eigene Event zu nutzen“, ist sich Markus Schaumlöffel, Geschäftsführer der Proteco Marketing-Service GmbH in Diedorf (www.more-than-torwand.com) sicher.

Fußball als Rahmenprogramm oder als spielerisches Element könnte gerade jetzt eingesetzt werden, wenn eine Produktpromotion ansteht, ein Messeauftritt aufgepeppt werden muss oder eine Kick-off-Veranstaltung zu einem Change-Programm an Attraktivität gewinnen soll. Gerade bei Mitarbeiterereignissen oder internen Vertriebswettbewerben funktioniert Fußball als

emotionales Highlight immer, ist sich Schaumlöffel sicher. Um den Tagungs- und Eventverantwortlichen in der Wirtschaft die Arbeit zu erleichtern, hat die Agentur Proteco 270 Fußball-Event-Ideen in einer Broschüre zusammengefasst. Hier einige Beispiele:

- **Torwandsimulator**

Ein Teilnehmer schlüpft in die Rolle eines Torwarts und muss reale Elfmeterschüsse halten. Das wird mit einer Kamera aufgezeichnet. Der Torwart wird später in ein virtuelles Fußballspiel hineinkopiert.

- **„Panini“**

Bei dieser Aktion werden Fotos von den Oberkörpern der Eventteilnehmer so bearbeitet, dass sie wie Profifußballer aussehen. Die Fotos werden dann in Fotoalben über das Event integriert, die eine gewisse Ähnlichkeit mit den berühmten „Panini-Sammelalben“ haben.

- **Radar**

Mit einem Radargerät können Eventteilnehmer herausfinden, wer den härtesten Schuss hat. Das handliche Messgerät kann an verschiedene Anzeigetafeln und Leinwände angeschlossen werden. Angezeigt wird die Geschwindigkeit eines Balls. In die Anzeige können Firmenlogos eingebaut werden.

- **Bubble Socker**

Bevor die Teilnehmer bei einem Fußballspiel mitmachen dürfen, werden sie in überdimensionale Luftballons eingeschweißt. Nur die Beine schauen raus. Der Oberkörper wird von einer Luftblase geschützt. Wer angerempelt wird und hinfällt, tut sich nicht weh, springt aber wie ein Gummiball hin und her. Vor allem für das Publikum ist das immer wieder ein Grund zu herzhaftem Lachen.

- **Raten**

Welches Zitat gehört zu welchem Fußballspieler? Dieses Quiz bringt erstaunliche (geistige) Ergüsse von Fußballgrößen ans Tageslicht. Das Ratespiel ist ideal für Fußballfans, die lieber mit dem Köpfchen arbeiten.

- **Rodeo**

Es gibt Menschen, die setzen sich auf eine Pferdeatruppe aus Holz und Leder und lassen sich von einem Motor wie bei einem Rodeo hin- und herschleudern. Statt auf einem „Pferd“ kann man das Rodeoreiten auch probieren, indem man sich auf einen überdimensionalen Fußball mit etwa zwei Meter Durchmesser setzt. Wer sich am längsten auf der „Kugel“ hält, ist der Sieger. Eine knifflige Angelegenheit, die Koordination, Ausdauer und Willensstärke verlangt.

- **Megakicker**

Es handelt sich um einen „normalen“ Tischkicker, der allerdings so lange ist, dass auf jeder Seite elf Spieler stehen können. Die Aufgabe: Die meisten Treffer in einer gewissen Zeit erzielen. Es dauert aber sehr, sehr lange, vom eigenen in den gegnerischen Strafraum zu kommen.

- **Football Wall**

Es geht doch nicht ohne Torwand. Die moderne Torwand ist so groß wie ein echtes Tor und besteht aus 16 druckempfindlichen Platten, die von einem Computer gesteuert werden. Der Spieler bekommt angezeigt, auf welche Stellen er abwechselnd schießen soll. Er erhält Feedback durch Töne und far- →



→ bige Lichter. Der Schütze muss „real“ schießen, ist aber Teil eines Computerspiels. Das Modul kann in einer Halle oder im Freien eingesetzt werden.

Das Booklet „More than Torwand“ mit 270 Event- und Promotion-Ideen zur WM 2018 gibt es kostenlos und unverbindlich bei Proteco (www.more-than-torwand.com). Die Agentur gibt aber nicht nur allgemeine Orientierungshilfen, damit Veranstaltungen zu einem echten WM-Highlight 2018 werden. Sie versteht sich auch als „Umsetzungspartner“ und wirbt damit, für viele namhafte Unternehmen komplette Event-Konzepte erarbeitet zu haben.

„Die Liste unserer Fußballreferenzen ist lang: Mit Projekten und Kampagnen wie für Allianz, Coca-Cola European Partners Deutschland oder Continental Reifen Deutschland konnten wir uns eine langjährige Fußballkompetenz aufbauen, was sowohl die Konzeption wie auch die Umsetzung und Realisierung von Events, Promotion und ähnliche Aktionen betrifft“, erläutert Schaumlöffel. Denken, Machen und Liefern komme aus einer Hand. Zeitraubende Schnittstellen im täglichen Projektbetrieb gebe es nicht und selbst die Logistik mit eigenem Fuhrpark sitze im Haus. „So ist auch ein Last-Minute-Service zur Fußball-WM für uns kein Problem“, verspricht Schaumlöffel. So wurde zum Beispiel für einen Großhändler eine cross-mediale Verkaufsförderungskampagne mit Fußballelementen



Tischkicker XXL. Zwei gleich starke Mannschaften kämpfen als Bestandteil eines riesengroßen Tischkickers gegeneinander. Keiner darf während des Spiels seinen einmal gewählten Platz verlassen.

HOME OFFICE MAL ANDERS

Effektiv arbeiten und wie Zuhause fühlen



★★★★★
LANDHOTEL VOSHÖVEL
www.landhotel.de

Handwritten text: *Jeder ist besonders jeder*
Jeder ist besonders jeder
sonders jeder ist besonders jeder
Jeder ist besonders jeder ist beson
ist besonders jeder ist besonders
Jeder ist besonders jeder ist beson
sonders jeder ist besonders jeder
Jeder ist besonders jeder ist beson
Jeder ist besonders jeder ist beson
Sonders jeder
Jeder ist besonders
der ist besonde
Jeder ist besoude
ist besonders je
ist besonders

Jeder ist besonders

Bethel setzt sich für Menschen mit Behinderungen ein.
www.bethel.de

Bethel



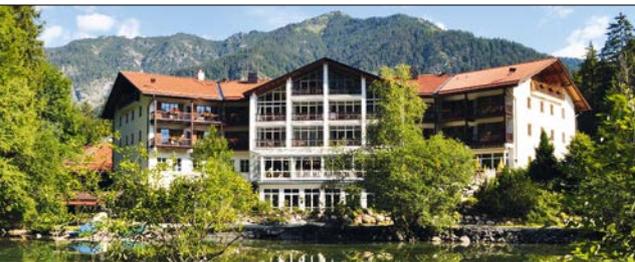
Sutu Football Wall.
Ganz ohne Torwand geht es doch nicht. Die modernste Variante besteht aus 16 berührungsempfindlichen Platten, die mit dem Schützen „kommunizieren“.

entwickelt. Die Aktion richtete sich sowohl an Topkunden wie auch den eigenen Außendienst. Das Ziel: Unterstützung eines vertrieblischen Bonusprogramms unter Nutzung des Themas Fußball. Die mehrmonatige Kampagne umfasste neben einem Gewinnspiel mehrstufige Dialogmaßnahmen (online und offline), eine eigene Website sowie ein darauf abgestimmtes Werbemittelprogramm. Der Erfolgreichste gewann eine Reise zur Fußball-WM. Die beiden besten Kundenteams gewannen je ein Public-Viewing-Event mit Fußballrahmenprogramm im Kampagnenlook.

Unterstellt ein Veranstalter, dass seine Teilnehmer lieber im Sitzen eine Show konsumieren wollen, dann kann er zum Beispiel bei einer Abendveranstaltung Fußball-Artisten auftreten lassen. Es gibt professionelle Ballkünstler, die die Gäste mit Fußballtricks verzaubern können. Solche Fußballartisten zeigen solo und im Team sehenswerte Tricks und setzen ein optisches Highlight. Es gibt aber auch Komiker, die sich des Themas „Fußball“ annehmen. Unter dem Künstlernamen „Der

sprechende Ball“ unterhält ein als Ball verkleideter Witzbold seine Zuschauer mit Fußball-Comedy, bis die Luft raus ist. Und es gibt die Aktion „Fußballmoderator spielen“. Dabei kann jeder seine Fähigkeiten als Fußballkommentator testen. Die Aufgabe: Am Mikrophon Fußballszenen nachsprechen. Motto: Wer jubelt so schön wie einst Herbert Zimmermann 1954? Viele Tagungsverantwortliche haben die Erfahrung gemacht, dass die Zahl derer, die kurzfristig ihre Teilnahme an einer Veranstaltung absagen, deutlich zurückgeht, wenn Fußball nicht nur im Rahmenprogramm vorkommt, sondern gleich in ein Bundesligastadion eingeladen wird. Stadien gelten offenbar als besondere Orte, deren „Energie“ zu spüren man sich nicht entgehen lassen will. Davon profitieren die großen Stadien in erstaunlichem Umfang. Die Gelsenkirchener Veltins-Arena zählte im letzten Jahr 2,3 Millionen Besucher – davon alleine 300.000, die bei Konzerten und Tagungen „auf Schalke“ dabei sein wollten.

Martin Pichler ●



HOTEL AM BADERSEE
ZUGSPITZDORF GRAINAU

BEGEISTERN

Die einzigartige Lage und Struktur des Hauses mit Tagungs-Atrium, 22 modernen Tagungs- und Gruppenräumen sowie attraktiven Ausstellungsflächen sind die Grundlage für eine erfolgreiche Tagung. Von Seminaren und Tagungen über aktuelle Veranstaltungsmethoden wie Barcamps, World Café u. ä. bis hin zu Meetings im Freien oder Events mit Rahmenprogrammen kreieren wir unvergessliche Erlebnisse und begeistern Sie, Ihre Kunden und Mitarbeiter.

mice@hotelambadersee.de
www.hotelambadersee.de



Mehr aktivierende und mehr witzige Kaffeepausen

PAUSENGESTALTUNG. Hoteliers sorgen seit jeher mit Kaffeekanne und Gebäcksteller dafür, dass Tagungsteilnehmer in den Pausen nicht darben müssen. Das gängige Motto lautet: Kurz stärken und dann weiterarbeiten. Doch beim Thema „Pause“ kann vieles verbessert werden – wie ausgewählte Beispiele zeigen.

„Es macht mich wahnsinnig! Ich will in Bewegung sein“, poltert König Carl XVI. Gustaf von Schweden, als er bei einer Besichtigung eine Kaffeepause machen sollte. Er hielt sie für pure Zeitverschwendung. Als Erstes habe er spontan die Kaffeepausen aus seinen öffentlichen Besuchsprogrammen gestrichen, erzählte er dem schwedischen Magazin „Chef“. Vielleicht hat der König noch nie so kreative Pausenangebote genießen dürfen, wie sie sich deutsche Tagungshoteliers inzwischen ausgedacht haben.

In der Lüneburger Heide, im „Anders Hotel Walsrode“, setzte schon früh ein Umdenken ein, das unter dem Rubrum „Nie wieder Kekse“ bekannt wurde und Kreise zog. „Es war uns einfach zu langweilig und zu unpraktisch mit den Tischen vor dem Raum“, berichtet Hotelier Reimer Eisenberg von den ersten Überlegungen, die Pausensituation in Walsrode zu verbessern. Es folgten Gästebefragungen und zahlreiche Mitarbeiterrunden, die in bunt gemischten Gruppen aus Tagungsservice, Housekeeping, Küche und anderen mit der Zeit immer neue Ideen für eine interessantere Gestaltung der Kaffeepausen entwickelten.

Jede Pause hat ihr Thema

Innerhalb eines halben Jahres standen 100 Themenkaffeepausen auf der Liste. Entstanden sind sie oft aus Zufällen, wie gerade aktuellen Kinofilmen oder den Dingen, die eh da waren, wie Kicker oder Tischtennisplatte. Einige wurden mit der Zeit verworfen. „Wirklich gelebt werden etwa 50 verschiedene Pausenideen“, so Eisenberg. Das reicht, um das Ganze zu einem Markenzeichen zu machen. Im „Anders Hotel“ sind die kreativen Erlebnispausen Teil der Gesamtkonzeption. Zwei Leitsätze lauten: „Spiele und habe Spaß“ und „Bereite Freude“. „Das Schönste ist, wenn Trainer sagen: Was machen Sie mit meinen Teilnehmern, dass die immer so lachend und erholt aus der Kaffeepause zurückkommen?“, berichtet Eisenberg, „Es bleibt bei den Tagenden einfach mehr im Kopf hängen, wenn Sie die Tagung mit einem Erlebnis verbinden. Und wir lieben inzwischen unseren ganzen Blödsinn, der uns mit der Zeit so eingefallen ist.“

Das reicht dann von der Themenpause mit kulinarischen Besonderheiten und passender Deko im Stile der 70er-Jahre oder im Stile eines Landes bis hin zum spaßigen Mini-Event,



wenn die Gäste draußen bei den Springbrunnen mit ferngesteuerten Booten um die Wette fahren oder im Garten eine Rallye mit dem Rasentrecker veranstalten. Beliebt ist auch das Bürogolfs, wo hier und da eingelocht wird, das letzte Loch befindet sich dann wie zufällig am Tisch des Abendessens.

Die Kellner spielen mit

Lustig wird's auch, wenn der Service richtig verkleidet mitspielt, wie bei der Pause „Schuh des Manitu“, wo ein augenzwinkernd schwuler Service rosa Milchshakes und rosa Zuckerwattebäuschchen darbietet. 40 Kisten Deko-Material lagern inzwischen im Keller und mit der richtigen Mitarbeiterschulung und der langjährigen Erfahrung hält sich der Auf-

wand in Maßen. Da das Konzept gelebt wird, gibt es auch immer wieder Veränderungen und Optimierungen. In Zukunft werden vermehrt Live-Cooking-Elemente hinzukommen, wo der Koch den Leberkäs frisch zubereitet oder die Brezn frisch aufgebacken werden. Der Gast hat es dann wirklich ganz frisch, es duftet besser und das Hotel hat weniger Verschnitt übrig.

Eigens verkauft oder gebucht werden diese besonderen Pausen im „Anders“ übrigens nicht. Die Namen der einzelnen Kaffeepausen werden in der Regel nur intern verwendet, sie sind Teil der All-Inclusive-Tagungspauschale, die hier in den allermeisten Fällen gewünscht wird. Die Kaffeepausen werden zentral im Pausenfoyer oder draußen auf der Terrasse oder im

Garten angerichtet. Die Gäste wissen vorher nicht, was auf sie zukommt. Hilflös ausgeliefert sind sie dem Treiben aber nicht. „Wer das nicht möchte, nimmt sich seinen Kaffee und zieht sich zurück, Platz dafür gibt es genug“, erklärt Eisenberg, „Bei uns kommt dies jedoch äußerst selten vor.“ Manche Stammgäste wünschen sich inzwischen ab und zu eine bestimmte Pause.

Was eine Pause überhaupt leisten kann

Die Art der Kaffeepause kann drei verschiedene Dinge bewirken und in unterschiedlichem Maße unterstützen:

1. das kurzzeitige Abschalten vom Seminar, also das gezielte An-etwas-anderes-denken, wie es im „Anders Hotel“ geschieht
2. das ungezwungene Fortführen der Seminarinhalte, also das Im-Thema-bleiben bei der Tasse Kaffee
3. das Zusammenbringen der Teilnehmer verschiedener Tagungen veranlassen – zum Beispiel an der Kaffeemaschine in einer gemeinsamen Pausenzone.

Für diejenigen, die sich ablenken möchten, sind zentrale Pausenbereiche mit anregenden Spielereien ideal. Diejenigen, die auch während der Pause über sensible Zahlen und Fakten fachsimpeln müssen oder wollen, sind mit der Pause im Raum oder in der ruhigen Nische besser bedient. Das entscheidet natürlich in erster Linie der Gast.

Manche Hotels fahren hier explizit zweigleisig. Im Landhotel Voshövel gab es bis vor Kurzem nur die individuelle Pause vor den einzelnen Tagungsräumen. Bei den größeren Räumen wird dies auch so bleiben. Gruppen von 10 bis 15 Personen hingegen werden in Zukunft einen neu erbauten, besonders attraktiv und mit mehreren Sitzgruppen nebst offenem Kamin →



Was den Pausenspaß bringt. Im „Best Western Konrad Zuse“ kann man sich verkleiden und Selfies machen, im „Sport- und Seminarhotel Glockenspitze“ wird schnell mal die Wand hochgegangen.



→ eingerichteten großen Pausenraum vorfinden, der gleichzeitig als Tagesbar fungieren wird.

„Wir denken, dass sich kleinere Gruppen am zentralen Pausenbuffet wohler fühlen, wenn nicht gleichzeitig die großen Gruppen von 50 bis 80 Personen mit dabei sind. Deshalb werden größere Tagungsgruppen nach wie vor ihre separate Kaffeepause vor Ort bekommen. Allerdings wird auch in dem neuen Raum, der mit 160 Quadratmetern recht großzügig ausfällt, jede Gruppe ihre persönliche Ecke finden“, meint Werner Klump, Seniorchef des für seine Küche und den Wellnessbereich bekannten Landhotels Voshövel. „Nach unserer Erfahrung sind die meisten Kaffeepausen Arbeitspausen, in denen noch die Seminarinhalte nachhallen. Falls nicht, verläuft oft auch das Seminar selbst meist nicht so packend.“

Kommunikationsraum 2.0

Das Parkhotel Landau unterstützt das Treffen unterschiedlicher Gäste in seinem Pausen- und Kommunikationsraum 2.0, der vor rund zwei Jahren ins Leben gerufen wurde. Hier kommen alle Tagungsgäste her, um sich mit ihrer Pausenverpflegung zu versorgen. Gleichzeitig werden Kindheitserinnerungen wach und bieten Gesprächsstoff. Ein ganzer Raum voller Süßigkeiten, wer wird da nicht schwach: Sämtliche Variationen wie Lollis, Brausepulver, Weingummi, Schoko-

lade, die man von früher kennt – all dies steht ganztägig zur Selbstbedienung bereit – ebenso wie Kaffee, Tee und gekühlte Getränke, Milchprodukte und frisches Obst. Dazu kommen dann vor- und nachmittags wechselnde Snacks nach Wahl des Küchenchefs. „Die Gäste sind überrascht und begeistert von diesem Angebot, gleichzeitig sind wir weg von den unflexiblen fixen Pausenzeiten“, erklärt Barbara Piorko vom Parkhotel Landau die Vorteile des Konzepts.

Spaß statt Tagungsernst

Ob zentral oder individuell, vor oder im Raum – in der Art der besonderen Pausengestaltung liegt auf jeden Fall ein großes Potenzial, um die Tagungsgäste zu beeindrucken und sich aus der Masse der Seminar- und Kongresshotels ganz gezielt hervorzuheben. Thermoskanne und Kekse machen inzwischen fast überall höchstens noch einen kleinen Teil des Angebots aus. Langweilig sind die Pausen wohl nirgendwo mehr. Das Überraschungsmoment macht den entscheidenden Unterschied.

Dabei muss es längst nicht so konsequent betrieben werden wie in Walsrode, wo das Spielerische Teil der im Hause gelebten Gesamtphilosophie ist. Manchmal genügen auch schon Kleinigkeiten, um etwas Spaß in den Tagungsernst zu bringen. An der Humortankstelle im Best Western Konrad Zuse Hotel

Schloss Hohenkammer Der richtige Ort

WERKSTATT FÜR

NEUES





Seminarhotel „Glockenspitze“. Hier wird in der Pause das alt-englische Spiel „Erbsenblasen auf eine Zielscheibe“ gespielt.

in Hünfeld setzen sich die Gäste einfach mal Perücken, Hüte und verrückte Brillen auf und schauen in den bereitstehenden Spiegel oder fotografieren sich in ihrer oft übertrieben lustigen Aufmachung.

Das Hotel Ullrich im bayerischen Elfershausen hat zwei ferngesteuerte Autos angeschafft, mit denen die Gäste kurz mal eben ein Wettrennen im Haus starten können. Das geht schnell, bedarf kaum der Vorbereitung, kostet wenig Geld und

bringt viel Spaß. Das Sport- und Seminarhotel Glockenspitze in Altenkirchen bietet seinen Gästen nahezu im Vorbeigehen eine Vielzahl kleiner, kommunikativer und sportlicher Späßeinheiten. So kann man hier an verschiedenen Ohrmuscheln Ausschnitte interessanter Sportreportagen aus der Vergangenheit anhören, an der Ball-Fühlstation verschiedene Bälle erraten oder auf dem kleinen Puttinggreen Bälle einlochen. Wenige Schritte neben der zentralen Pausenzone liegt die sogenannte 7x7 Movebox, in dieser kann man unter anderem ganz spontan an der Boulderwand klettern. Auf dem Fußboden zwischen Tagungsräumen und Pausenzone sind die Weltrekorde im Damen- und Herrenweitsprung gemalt. Wann kann man schon mal die Entfernung vom Absprung bis zur Landung eines Weltrekordspringers abschreiten oder sich unter die Originalhöhe der Hoch- und Stabhochsprung-Weltrekorde stellen? Die Latzen sind in die Außengestaltung am Rande der Terrasse integriert.

Wenn die Pause ganz überraschend kommt ...

Besonders witzig ist das Erbsenblasen. In Großbritannien gibt es tatsächlich eine Pea Shooting Weltmeisterschaft und hier im Westerwald können die Gäste, mit dem gleichen Equipment, mit einem Blasrohr Erbsen auf eine entsprechend präparierte Zielscheibe pusten. Auch hier zählt viel Spaß bei wenig Aufwand.

Unter anderem im Schloss Rheinfels in St. Goar werden die Tagenden mitunter auch während des laufenden Seminars überrascht, indem jemand mit Erfrischungen oder als spontaner Pausenmasseur hereinkommt. Dies wird ausschließlich mit dem Referenten heimlich abgesprochen. „Trainer machen die Erfahrung, dass es während des Seminars einen Punkt gibt, wo es nicht so recht vorangeht. An solchen Punkten kommen unsere Überraschungseffekte sehr erfolgreich zum Einsatz“, erklärt Andreas Ludwig, Direktor im Tagungshotel Schloss →



Feiern, tagen, genießen Sie außergewöhnlich.

Die Straßenbahnwelt Stuttgart bietet ein einzigartiges Ambiente für Ihre Feier oder Veranstaltung. Überraschen Sie Ihre Gäste und erleben Sie ein Stück Stuttgarter Geschichte. Gerne unterbreiten wir Ihnen ein individuelles Miet-Angebot.

Telefon: 0711.7885-7770
E-Mail: info@strassenbahnwelt.com
www.strassenbahnwelt.com



**Straßenbahnwelt
Stuttgart**

tagen

→ Rheinfels, der selbst als ausgebildeter Trainer und Referent tätig ist.

Im ersten schriftlichen Angebot für den Interessenten reicht es im Übrigen völlig aus, die Kaffeepause „Kaffeepause“ zu nennen. Es macht sich auch gut, hier in der kurzen Beschreibung das ein oder andere wohldosierte Adjektiv zu verwenden, also vom röstfrischen Kaffee oder den ofenfrischen Brezeln zu sprechen. Die Kreativität bei der Namensgebung der Tagungspause sollte man dem Kunden an dieser Stelle jedoch lieber ersparen. Es verwirrt eher, wenn sich die Sekretärin beim Vergleich dreier Hotelangebote mit allerlei innovativen Wortkreationen auseinandersetzen muss – zumal die Details der Pausengestaltung ohnehin später noch ganz ausführlich besprochen werden.

Eine Kaffeebar heißt „Immerda“

Ein sehr ergiebiges Thema ist die Speisenauswahl der Pausen. Fast alle Hotels haben mindestens eine Vitalpause oder Ähnliches im Programm, die die gesunde Kost, das leichte, nicht belastende oder gar leistungsfördernde Pausenessen thematisieren. Auch hiermit lässt sich wunderbar ideenreich spielen und kombinieren. Ob »Fit und gesund«, »Brain Food« oder »Mood Food«, der Wortspielereien gibt's kaum Grenzen. Das Hotel Bilm im Glück in Hannover ist da prädestiniert, hier

kann man sich an der Kaffeebar „Immerda“ sprichwörtlich und buchstäblich glücklich essen, indem bestimmte Erkenntnisse der Ernährungswissenschaft in die Auswahl einfließen – also zum Beispiel die Ananas zum Stressabbau, Datteln oder Feigen für die Glückshormone. Hier werden die Pausen in der Regel zentral und für alle Tagungsgruppen gleich angerichtet – die Besonderheiten der vom Gast individuell gebuchten Pauschale wie zum Beispiel der Brain-Food-Pauschale finden die Teilnehmer dann in Form weiterer Kleinigkeiten wie unter anderem auch energetisiertes Wasser im gebuchten Tagungsraum selbst vor.

Gesundes ist stark gefragt

Das Gesunde wird immer stärker nachgefragt. Die meisten Menschen möchten sich gesünder ernähren, als sie es in ihrem Alltag tatsächlich tun. Da kommt es ihnen gelegen, wenn ein Hotel ihnen das Gesunde praktisch und mundgerecht darbietet.

Bei fertig geschnittenem Obst und Rohgemüse greifen die Gäste deutlich öfter zu, da ihnen das lästige Geschnippel oder das Ablegen beziehungsweise Wegwerfen der abgenagten Apfelfeile erspart werden. Auch Müsli lässt sich längst in praktischer und optisch ansprechender Form darbieten, wie zum Beispiel die Kellogs-Müslistationen zeigen. Im Trend liegt auch

www.palatin.de • Wiesloch / Heidelberg

Das
Palatin
IST, WAS DU DRAUS MACHST



Kreative Konzepte zum Tagen

Ob Geistesblitz, Bühne, DenkBar oder Denkwerkstatt – Wir stellen die Erwartungen Ihrer Tagungsteilnehmer auf den Kopf. Damit der Funke überspringt!





Brigitte Eisenberg. Hier im Hotel „Anders“ in Walsrode startete die Chefin die legendäre Aktion „Nie wieder Kekse“.

ein steigender Teekonsum. Nach Angaben des Deutschen Teeverbands stieg der Teeverbrauch in den Jahren 2005 bis 2015 um drei Liter pro Kopf. Da viele Gäste während des Pausen-Small-Talks die Brühzeit oder die Zeit des Abkühlens etwas vergessen sowie die Sache mit den nassen Teebeuteln lästig finden, wurden hier analog zu den Kaffeespezialitätenmaschinen auch Teekapselmaschinen, wie zum Beispiel Teekannes Teelounge System entwickelt.

Faul oder fit – der Gast darf wählen

Bei allem Gesundheitsbewusstsein bleibt das Süße und Herzhafte natürlich immer ein Renner. Im Hotel Rebstock in Würzburg wird dies kreativ in Szene gesetzt. Das Hotel hat verschiedene Mottopausen im Programm wie zum Beispiel die Candypause in Form einer eigenen Candybar samt Marshmallows, schokoladeüberzogenen Früchtchen und bunten Bonbons. Außerdem erleben die Gäste auf Wunsch auch noch die Disco-Pause mit Chips, Nachos und Käseigeln. Zusätzlich gibt es auch hier heimlich abgesprochene Verblüffungen wie das spontane Tischtennisturnier oder Indoor-Golf.

Es scheint, als habe Reimer Eisenberg im Jahre 2006 eine kreative Welle losgetreten. Immer mehr Hotelteams entwickeln Ideen zur überraschenden Gestaltung ihrer Kaffeepausen, immer kulinarisch attraktiv, gern auch mit sportlichen Elementen. Und wer sich dann nun nach einer echten Pause sehnt, für den hat das „Anders“ Hotel in Walsrode ein schönes Motto parat: „Faul oder fit? Der König hat die Wahl!“

Katrin Nauber-Happel ●

MEHRWERTE DURCH NACHHALTIGKEIT UND HIGHTECH

CO₂-neutral tagen – von Hightech und Full Service profitieren!

Wir kombinieren leistungsstarke Technik und attraktive Ausstattung mit zertifizierter Nachhaltigkeit:

- **vollständige CO₂-Neutralität:**
Green Globe-zertifiziert, effizient organisiert – gelebte Nachhaltigkeit
- **10 GBit/s-Glasfaseranbindung:**
leistungsstark, komfortabel, zuverlässig – Live Streaming und Highspeed Online Conferencing für höchste Ansprüche
- **Organisation & Rahmenprogramme aus einer Hand:**
klimaneutrale Anreise, regionales und saisonales Catering, attraktive Ausflüge in die Region – zufriedene Teilnehmer

Bei uns erwarten Sie professionell organisierte Tagungen, Kongresse, Messen oder Seminare mit umfassendem Service aus einer Hand. Was dürfen wir für Sie tun?

www.stadthalle-reutlingen.de



Verwirklichen Sie Ihre Ziele mit individuellen In- und Outdoorerlebnissen:

- Großzügiger Outdoorbereich für Teamevents, Lagerfeuer und Grillabende
- Fackelwanderungen, Bogenschießen
- Highland Games auf Bayerisch, Indoorgolf
- Kochkurse in der Kochlounge auch mit Weinprobe
- GPS-Rallye & Geocaching, u.v.m.

Fordern Sie noch heute Ihr individuelles Angebot an!

Tagen im Naturpark Ammergauer Alpen

- Ideal gelegen im Dreieck München – Augsburg – Garmisch-Partenkirchen
 - 108 Zimmer, Suiten und Appartements
- 8 Tagungsräume von 20 bis 110 qm mit Open Air Tagungsbereich
 - 2 Restaurants, Wintergarten, Pavillon und Seeterrasse
 - 1.500 qm Wellnessbereich auf zwei Etagen

Parkhotel ****
am **Soier See**

Hotelnachwuchs will besser geführt werden

ZUKUNFT. Der Kongress „Hotalents“, den Auszubildende des Hotel Palatin für alle jungen Hotelmitarbeiter in Deutschland organisierten, kann als eindrucksvoller Erfolg für die Branche bezeichnet werden. Am 26. Februar trafen sich 250 angehende Hotelprofis in Wiesloch und forderten mehr und bessere Führung.

Wie muss sich die Hotelbranche ändern, damit junge Menschen eine Ausbildung im Gastgewerbe beginnen? Was muss ein Hotel tun, damit die jungen Angestellten über die Familiengründung hinaus in der Branche bleiben? Sollte es mehr Selbstverwirklichung, mehr Work-Life-Balance, mehr Mobile-Working und mehr Individualität bieten? Was wollen die „Millennials“ und die „Digital Natives“ überhaupt von der Arbeitswelt? Rund 250 Teilnehmer diskutierten auf Einladung des Best Western Plus Palatin Kongresshotel und Kulturzentrum in Wiesloch in sechs Workshops über diesen Fragen.

Echte Wertschätzung stand ganz oben auf der Wunschliste der jungen Mitarbeiter. Das Gehalt ist nicht der größte Motivator. Der ideale Chef soll vor allem ein Vorbild sein und man muss ihm vertrauen können. Die „Generation Z“ wünscht sich einen konsequenten Mentor. Sie will an die Hand genommen werden. Es braucht also eindeutig auch heute und in Zukunft noch Führung, fasst Palatin-Direktor Klaus Michael Schindlmeier die Diskussion zusammen.

Viele Diskussionsteilnehmer betonten, dass zum Thema Führung mehr getan werden müsse. Führung sei heute das Hauptproblem der Branche. Die Fachkräfte würden fast nur

fachlich geschult, wüssten aber nicht, wie sie Mitarbeiter führen sollten. Das sei das Versäumnis einer ganzen Generation von Ausbildern. Doch wie könnten es die Jungen schaffen, ihre Chefs zu verändern, wenn diese das nicht wollten? Ältere Teilnehmer der Veranstaltung erklärten, die Jungen sollten mehr mit ihren Vorgesetzten offen reden und ihnen die eigenen Bedürfnisse klarmachen. „Chefs, die sich nicht öffnen wollen, werden in Zukunft kein Personal mehr bekommen. So einfach ist das“, erklärte Schindlmeier und betonte: „Wir müssen etwas ändern.“

Der „Hotalents“-Initiator Schindlmeier war am Ende sehr zufrieden: „Hotellerie lebt! Wir haben viele motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, aber wir haben ein Führungsproblem. Das sind überraschende Ergebnisse und unsere Frage lautet: Wo sind die Chefs?“ Um die Diskussion weiterzuführen und von Fortschritten in der Branche berichten zu können, wird der Kongress „Hotalents“ im Jahr 2019 im Palatin Wiesloch in die nächste Runde gehen. Details zu den Ergebnissen des ersten jungen Hotelkongresses werden in Kürze auf www.hotalents.de und der dazugehörigen Facebook-Seite veröffentlicht.

Martin Pichler ●



Achtungserfolg. Das Organisationsteam des Hotalents-Kongresses mit Palatin-Chef Klaus Michael Schindlmeier (unten Dritter von links).



**KOMPETENT.
KRITISCH.
UMSETZUNGSSTARK.**

DAS MAGAZIN FÜR FÜHRUNG, PERSONALENTWICKLUNG UND E-LEARNING

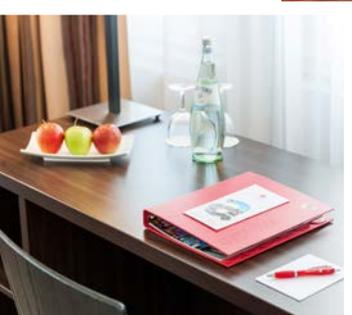
wirtschaft + weiterbildung ist das richtungsweisende Fachmagazin für alle, die **Menschen und Organisationen erfolgreich voranbringen** wollen. Es stellt für Sie die wichtigsten Trends in Führung, Personalentwicklung und E-Learning auf den Prüfstand, bewertet diese aus Sicht der Praxis und gibt konkrete Umsetzungstipps.

Jetzt informieren:
www.wuw-magazin.de
 0800 72 34 253 (kostenlos)



**AZIMUT Tagungshotels in
München, Köln und Berlin**

Mit der richtigen Betreuung zum erfolgreichen Event



- kompetente Beratung
- individuelle Angebote
- moderne Tagungstechnik
- persönliche Eventbetreuung



**Anfragen und weitere Informationen unter:
sales@azimuthotels.com**

www.azimuthotels.com