



EUROVISION SONG CONTEST

„Haben ein kleines Wunder vollbracht“

Wie eine alte Kopenhagener Werft in nur drei Monaten zur Arena für 11000 und eine State-of-the-Art-TV-Produktion wurde, schildert **Martin Bender**.

KEYNOTE

KOMPETENZFELD



TECHNOLOGIE & INNOVATION

Für eine starke Zukunft: Gestern noch wegweisend, heute schon nostalgisch belächelt. Die Lebenszyklen von Produkten und Technologien werden immer kürzer. Entsprechend groß ist das Bedürfnis nach Tagungen und Kongressen, um sich über neue Ideen auszutauschen.

MICE LAB

Kampfansage an die Frontalbeschallung

Bodensee Meeting startete eine Initiative zum „Kongress der Zukunft“. Und wenn das die Zukunft ist, ist sie sehr lebhaft und interaktiv.



MICE SUMMIT

Tunesische Neugeburt

Vor drei Jahren von der Arabellion erfasst, weckt speziell Tunesien viel Hoffnung auf eine erfolgreiche nordafrikanische Zukunft auch für Meetings und Kongresse.

SOLOMO Für viele noch „Neuland“

NRW Anregende Kontraste

WM Hospitality mit Hindernissen

Kompetenzfeld-Ernte

Bei der zwölften Imex in Frankfurt vom 20. bis zum 22. Mai 2014 belegte der Deutschlandstand mehr Fläche und empfing mehr US-Besucher als je zuvor. Mit Guided Tours wurde erstmals thematisch an Stände und Aussteller herangeführt. Erste Früchte trug die GCB-Kompetenzfelderstrategie.

► **Natürlich bemühten die Veranstalter die üblichen Superlative.** Die zwölfte Ausgabe der Messe in Frankfurt sei wieder einmal „die größte“ gewesen, hat aber auch in der seit jeher „positivsten und geschäftigsten Atmosphäre“ stattgefunden, meinte Ray Bloom, Chairman der Imex Group.

Die Besucherzahl wurde von Veranstalter Imex Group für 2014 mit „knapp 9 000“ angegeben. Die präziseren offiziellen Zahlen werden zu einem späteren Zeitpunkt veröffentlicht. Der Veranstalter meldete für 2014 zudem 4 000 Hosted Buyer aus 77 Ländern. Im Vorjahr waren exakt 8828 Besucher gekommen, davon 3 962 Hosted Buyer.

Brian Melton, Vice President Group Site Selection bei der Agentur Conference Direct, Los Angeles, war zum sechsten Mal als Hosted Buyer in Frankfurt. Ein Pre-Trip führte ihn zusammen mit einem Kunden nach Edinburgh, um dort nach neuen Meetinglocations zu suchen. Ansonsten wollte er Hotels und Locations kennenlernen für eine Corporate-Gruppe mit 60 Teilnehmern, die nach München reisen soll. Er komme nach Frankfurt, um mit Mitarbeitern der Locations zu sprechen, die ihr Produkt aus erster Hand kennen und beschreiben können. **„Die Imex America genügt mir deshalb nicht,** weil ich dort nur mit Repräsentanten europäischer Anbieter sprechen

kann, die ihre Büros meistens in New York haben.“

Über allgemein mehr US-Besucher als früher freuten sich die 96 deutschen Aussteller am 910 m² großen Gemeinschaftsstand, 60 m² mehr als im Vorjahr. Hier sah Hiskia Wiesner, Leiterin Kongresse & Tagungen bei Leipzig Tourismus und Marketing, eine Aufwärtstendenz in der Qualität der Hosted Buyer und Besucher: „Wir hatten über 80% neue Kontakte, das war nicht immer so.“ Sie muss es wissen, denn Wiesner hat alle zwölf Frankfurter Imex-Ausgaben miterlebt. Heutzutage seien die Gespräche intensiver, „früher standen wir noch mehr am Counter“.

„Leipzig war vor elf Jahren zwar als Stadt bekannt, wurde aber nicht mit dem Angebot für Veranstaltungen in Verbindung gebracht.“ Seit die Leipziger Messe 1996 ausgebaut wurde, gehe es aufwärts im Veranstaltungssektor. **Mit dem ICCA-Kongress in Leipzig 2011 erhielt die Destination eine Art Ritter Schlag vom Weltverband der Kongressbranche.** Das Amsterdamer und Genfer Büro des PCO Kenes bucht inzwischen regelmäßig für internationale medizinische Verbände Leipzig. Nächste Großveranstaltung ist der Kongress der European Society for Paediatric Infectious Diseases (ESPID) 2015 mit erwarteten 3 500 internationalen Teilnehmern im CCL. „Bei dieser Imex traten jetzt gezielt weitere PCOs für den

Kein Sushi-, sondern ein Nürnberger Kompetenzfeld-Band.





Domset-Kreativdirektor Oliver Malat bei einer Trend-Tour.

Bereich Biotechnologie und Automobilindustrie an uns heran“, freut sich Wiesner. Hiskia Wiesner sieht dies als erste Früchte der Kompetenzfelderstrategie des German Convention Bureau, an die Leipzig im Marketing mit seiner Clusterstrategie anknüpfte. Ähnliche Erfolgsmeldungen waren auch aus Stuttgart und Nürnberg zu hören, die anders als Leipzig nicht auf dem Deutschlandstand, sondern an eigenen Ständen für sich warben und Kompetenzfelder anhand von Produkten und Marken aus Industrie und Handel vor Ort herausstellten.

Neben dem Kompetenzfelderatlas thematisiert das GCB in der Kommunikation nach außen derzeit vor allem die Zukunftsstudie zum deutschen Veranstaltungsmarkt. Diese bereitete inhaltlich das Feld für die Kölner Agentur Domset, die unter ihrer Marke „MICE Club“ erstmals sechs geführte Touren über die Imex in Zusammenarbeit mit dem GCB und der Imex Group anbot. Sechs von der Studie identifizierte Megatrends wurden anhand von Veranstaltungs- und Produktbeispielen an den Ständen mehrerer Aussteller näher betrachtet und so auf ihre praktische Relevanz bereits in der Gegenwart abgeklopft.

Domset-Kreativdirektor Oliver Malat stimmte die Gruppen mit einer theoretischen Session zum jeweiligen Megatrend ein. Die Zuhörer bekamen Malats Stimme per Kopfhörer wie bei einer Simultanübersetzung direkt auf die Ohren gespielt – dies wird in der Branche auch als „Silent Conference“ bezeichnet, ist bei der Imex-Lärmkulisse aber keineswegs bloß „nice to have“. Zum Thema Demografie sprachen zudem Nina Streich zum GCB-Statistikteil und Mady Keup von der französischen Sikema Business School als fachliche Expertin. Sie berichtete, wie sich Rollenklischees in der Gesellschaft, auch was das Alter angeht, immer weiter auflösen. Mentales und physisches Alter hängen nicht mehr zwingend zusammen: „Der Alte kann heute ganz jung agieren und umgekehrt“, stellte Keup fest, und: „60 ist heutzutage oft das neue 40.“ Age-Management könnte künftig das Zauberwort auch für Meetingplaner lauten.

Im „Silent-Conference-Modus“ bewegte sich die Gruppe dann im Gänsemarsch über die Messe und traf bei der Tour zu Nachhaltigkeit zum Beispiel eine Nonne in Ordenstracht am klangvoll „Sustainability Hub“ getauften Stand. Schwester Sigrid, die dort auf die Gruppe wartete, leitet das Frankfurter Obdachlosenheim „Lichtblick“, das die Imex Group seit drei Jahren mit einem „Charity Cooking“ vor Messebeginn und mit Spenden unterstützt.

Ein neues Standkonzept **mit luftigerer Anmutung und „leicht anklingendem Dachelement“** präsentierte dagegen Österreich auf der Imex 2014. Christian Mutschlechner, Präsident des Austrian Convention Bureau, war wie immer zufrieden: „Die Imex beweist, dass sie gut ist und dass man an ihr nicht vorbeikommt in der Kundenpflege. Die Stimmung war sehr gut.“ In seiner Funktion als Leiter des Vienna Convention Bureau nahm Mutschlechner auch konkrete Anfragen mit nach Hause in der Größenordnung zwischen „300 und 5 000 Teilnehmern“.

Die von der Imex Group geförderten Lobbyingaktivitäten der Branche verfolgte Mutschlechner als Teilnehmer des Politicians Forum wohlwollend. Erstmals nahmen daran Taleb Rifai, der Generalsekretär der World Tourism Organisation (UNWTO) und David Scowsill teil, der Präsident und CEO des World Travel & Tourism Council (WTTC). Dass die anwesenden Politiker eher aus exotischen Ländern stammten, hängt „nicht von der Imex Group ab, sondern wen die involvierten Associations und Anbieter mobilisieren können“. Edgar Hirt, Leiter des Congress Center Hamburg (CCH) fand, ein hochrangiger deutscher Politiker würde der Veranstaltung gut zu Gesicht stehen, da sich die globale Meetingbranche nun schon einmal regelmäßig in Frankfurt trifft. Mutschlechner hätte sich angesichts der hochrangigen Repräsentanten aus dem Tourismus eine etwas stärkere „inhaltliche Akzentuierung gewünscht, die klarmacht, dass der Tourismus nur ein kleiner Bereich dessen ist, was die Tagungswirtschaft leistet“.

Ray Bloom zufolge hat das Imex Politicians Forum 2014 aber weiter an Bedeutung und Einfluss gewonnen. Nach einem mehrmonatigen Dialog zwischen der UNWTO, dem WTTC und dem Joint Meetings Industry Council (JMIC) unterzeichneten die Organisationen als Ergebnis der Imex eine Erklärung, in drei Bereichen mit „allgemeiner Bedeutung für die Zukunft“ zusammenzuarbeiten. WEW

Die Guided Tours klopften die Relevanz der vom GCB ermittelten Meeting-Megatrends an den Ständen ab.



Focus on content

At the 12th Imex in Frankfurt running from May 20 through 22, 2014, the Germany stand occupied more space than ever before. Visitors for the first time were taken on prescheduled guided tours to stands and exhibitors. The strategy of defining competency fields is beginning to bear fruit. The 12th edition of the Frankfurt show had been "the largest ever", but had also been set in "a more positive and buoyant business mood than we've seen for some time", said Imex Group Chairman Ray Bloom. Visitor total in 2014 had been at "nearly 9,000". The German Convention Bureau for the second time struck a CO₂ balance for the 910 m² German booth, up in size by 60 m² as compared to 2013. Result: the CO₂ rate per exhibitor was down 12.7% as compared to the prior year.