

# events

DAS MANAGEMENT-MAGAZIN  
FÜR LIVE-KOMMUNIKATION

# 1

## 2013

### COMPLIANCE:

ALLES ANDERE ALS  
EIN SCHEINRIESE

### AGENTUREN:

2013 KANN EINE  
WENDEMARKE SEIN

### GAMIFICATION:

SPIELTRIEB BELEBT  
VERANSTALTUNGEN

### KWAZULU NATAL:

AFRIKA PUR IM LAND  
DER ZULUS



## MARKE SUCHT HEIMAT:

# THEMENHOTELS

*erobern die Welt!*

# 5

VENUES

**58 EVENTPARK HAGEN:**  
Mit schlüssigen Konzepten  
MICE-wärts

**62 CC DÜSSELDORF:**  
Bestnoten für Business-  
Events

**63 HAMBURG MESSE UND  
CONGRESS:**  
Rekordumsatz in 2012

# 6

DESTINATIONEN

**68 KWAZULU-NATAL:**  
Fam Trip ins Königreich  
der Zulus

**74 SCHWEIZ:**  
Der aktuelle Meeting-  
Reportn

**75 MEKONG-REGION:**  
Aufbruch mit  
Startschwierigkeiten

**78 THAILAND:**  
Abreibung aus den  
eigenen Reihen

**79 NORWEGEN:**  
Jetzt bessere  
Flugverbindungen

**82 SLOWENIEN:**  
Küstennahe Landidylle

# 7

REVIEWS /  
PREVIEWS

**86 BEST OF EVENTS 2013:**  
Messe und Kongress  
gelungen

**88 IMEX 2013:**  
Starkes CSR-Engagement

**90 BOX-CHARITY:**  
Branchengrößen boxen für  
den guten Zweck

**92 LUXUS-FAM TRIP:**  
Mit der MS Europa unter-  
wegs im Mittelmeer

**95 INSPIRE YOUR BUSINESS  
2013 - INTERNATIONAL:**  
Letzter Aufruf: Noch 8 freie  
Plätze!

RUBRIKEN

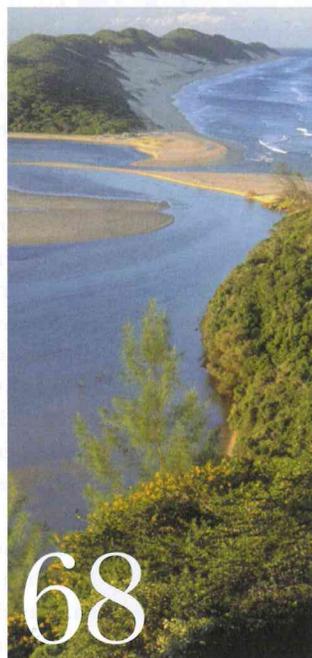
3 EDITORIAL

6 TACHELES

96 FLIPCHART

103 DIRECTORY

104 IMPRESSUM





# Hagen:

## Mit schlüssigen Konzepten

### MICEwärts

# 5

VENUES

RUNDUM ZUFRIEDEN:  
HAMBURG, KÖLN, WIEN  
UND MÜNCHEN MIT  
GUTEN ERGEBNISSEN

BESTNOTEN:  
CC DÜSSELDORF PUNKTET  
BEI BUSINESS-EVENTS

*Nach 13 Jahren in der Stadthalle Oberhausen ist Jörn Raith dem Ruf nach Hagen gefolgt. Dort fährt er nun sozusagen „zweispännig“: als Geschäftsführer der Stadthalle und gleichzeitig der Eventpark Hagen GmbH.*

**E**r betreibt damit gleichzeitig Objekt- und Standortentwicklung für den MICE-Markt. Was in einer Destination wie Hagen absolut Sinn macht.

Niemand würde wohl bestreiten, dass es Fünfzigjährige gibt, die attraktiver sind als manche Zwanzigjährigen. Zwischenmenschlich betrachtet. Nun, so ist es auch mit Kongresszentren und Stadthallen. Die Stadthalle Hagen, nur zwei km vom nächsten BAB-Anschluss entfernt, ist zwar schon 31 Jahre „am Netz“, aber der in den Hang hinein gebaute gewaltige Baukörper beeindruckt heute noch mit seiner

polygonalen Architektur, deren verschiedene Ebenen über eine Dachkonstruktion aus Stahl verbunden werden. Das Haus ist geprägt von extrem viel Glas, denn der Architekt hat das Haus seinerzeit als Konzepthaus geschaffen, es von drinnen nach draußen und vice versa gebaut. Herzstück ist der große, der „Grüne Saal“, von dem Geschäftsführer Jörn Raith mit Fug und Recht behauptet: „Viele Säle haben keine Seele – dieser hier hat noch eine!“ Davon konnten sich Millionen Fernsehzuschauer bei „Wetten dass?“-Übertragungen überzeugen, davon und darin haben Nena, Grobschmitt, Extrabreit, die



Humpe-Schwestern schon gesungen – die übrigens alle aus Hagen stammen! Die Stadthalle Hagen hat einen traditionell guten Ruf als Bühne für große Konzerte und ist das größte Veranstaltungszentrum in Südwestfalen. Kein Wunder, dass das langjährig eingespielte Team viel Erfahrung sammeln konnte und technisch hoch versiert ist. Weitläufige Gastro-Sektionen und Panorama-Foyers wendeln sich in einem großen Rundlauf um den Grünen Saal. Auch das Symphonium ist ein interessanter Raum mit steil ansteigendem Pultdach und fast 20 Metern Höhe. In diesem sehr modernen, extrem reduzierten Eventdom proben an 100 Tagen im Jahr die 61 Musiker des philharmonischen Orchesters Stadt Hagen. Planern sei er warm ans Herz gelegt für experimentelle Begleitveranstaltungen, coole Produktpräsentationen und vieles mehr.

**Klasse:** Ein Mercure Hotel ist trockenen Fußes mit der Stadthalle verbunden, hat 146 Zimmer, ergänzende Tagungsräume und teilt sich mit der Stadthalle respektable 370 Parkplätze am Rande eines dekorativen ehemaligen Steinbruchs, in dem gleich drei Uhu-Pärchen nisten. Die Tagungsräume des Hotels werden in der warmen Jahreszeit durch einen Biergarten im Außenbereich an die Stadthalle harmonisch angebunden. Das gesamte Ensemble wirkt dann wie aus einem Guss!

„Optimal aufgestellt sind wir hier für 500 Teilnehmer im Plenum. Dazu passen die Nebenräume, die Ausstellungsfläche und das Gastro-Konzept. Auch dreißig bis 50 Messestände kann man hier ohne Probleme platzieren“, erklärt Raith. Er will natür-



WWW.EVENTPARK-HAGEN.DE



## EVENTPARK Hagen. Natürlich freundlich.

Um neue Produkte zu präsentieren, Lösungen zu finden, Ideen auszutauschen oder Bilanz zu ziehen, bedarf es des richtigen Rahmens. Mit Leidenschaft, dem Respekt vor dem Menschen und der Natur, realisiert die EVENTPARK Hagen GmbH Veranstaltungen mit natürlichem Ambiente. Dabei steht der Mensch im Mittelpunkt unseres Handels.



LOCATIONS . CATERING . EVENT-SERVICES

**EVENTPARK HAGEN**

Service-Agentur der Stadthalle Hagen | Wasserloses Tal 2 | Hagen



Erfahrene und ausgesprochen Service orientierte Mitarbeiter sind „Humankapital“ im besten Sinne.



„SÄLE MÜSSEN EINE SEELE HABEN. UNSER GRÜNER SAAL HAT EINE!“

lich hier und da in nächster Zeit auch noch investieren: viel Farbe wird in die Hand genommen, eine Naturlounge hinzu gebaut. Und: Raith wäre nicht Raith, wenn er nicht auch ISO-Zertifizierungen in der Zielplanung hätte: ISO 9001:2008 und ISO 14001.

### *Hagen steht für „Grün“ und „Entschleunigung“*

Hagen ist eine Stadt, die durchaus mit dem einen oder anderen Vorurteil belegt ist. Dabei ist sie dank der Fernuniversität die größte Universitätsstadt Deutschlands – mit 80.000 Studierenden. Riesige Hotelkapazitäten gibt es hier nicht. „Macht nichts, reicht allemal!“, lacht Raith. Denn im Bereich der Metropole Ruhr (Die Eventpark Hagen GmbH ist Premium-Mitglied!) werden jährlich 1,6 Mrd. Umsatz aus dem MICE-Segment generiert und dabei liegt alleine der Ausgabenanteil von Tagesgästen bei etwa 600 Millionen. Einleuchtend, dass eine Halle auch gute „Überlebenschancen“ hat, wenn sie nicht die ganz großen Hotelkapazitäten verweisen kann. Die Teilnehmer kommen nämlich zu fast

75 % aus NRW und auch für den Eventpark Hagen gilt: All Business is local! Mit dem alten „Schwerindustrie-Image“ hat Hagen längst nicht mehr zu kämpfen: Die 190.000 Einwohner-Stadt mit der guten Autobahnanbindung ist die walddreichste Großstadt NRWs mit 42 % Waldanteil! Das bildet durchaus eine Moderationsbrücke zum Thema „Grüne Stadthalle“, denn Grün ist das durchgängige Farbkonzept der Stadthalle. Auch inhaltlich setzt Raith auf „Lust auf Natur“, ohne dem krampfigen Anspruch zu frönen, immer und jederzeit das grüne Gewissen beruhigen zu müssen. Wer aber grün will, der bekommt grün, durchaus sogar Tapas, aber westfälische und sogar Tagungen draußen im Steinbruch.

### *Die Mitarbeiter sind der Qualitätsfaktor Nr. 1*

Noch etwas Besonderes bekommt man in HaRaith: „Was ich sehr schätze: Wir haben hier extrem freundliche Mitarbeiter!“ Klar, dass beides in der Unterzeile des Logos steht: Natürlich freundlich. Freundlichkeit ist da, Serviceoptimierung in Arbeit. Das Team stellt sich jetzt neu auf, um Kundenbe-

dürfnisse in Form von One Face to the Customer noch besser zu bedienen, als One Stop Shop für Veranstaltungsplaner zu operieren. Dafür ist die „intelligente Bypass-Strategie“ ideal: Neben der Stadthalle als Location bedient die Eventpark Hagen GmbH nämlich explizit das MICE-Segment, bisher eher leicht vernachlässigt wegen der starken kulturellen Orientierung. Alle Dienstleistungen, die die Stadthalle bisher nicht erbringen konnte, wird die Eventpark GmbH als PCO und 100%ige Tochter der Stadthalle Hagen künftig erbringen und dies sogar außerhalb der Bindung an die Halle. Ganz einfach: Der Eventpark bedient den MICE-Markt, die Stadthalle die traditionellen Wirkungsfelder. Der Eventpark Hagen operiert in einem wesentlich größeren Einzugsgebiet als der Markt für kulturelle Veranstaltungen – von daher sind auch ganz unterschiedliche regionale Strategien erforderlich, weiß Raith.

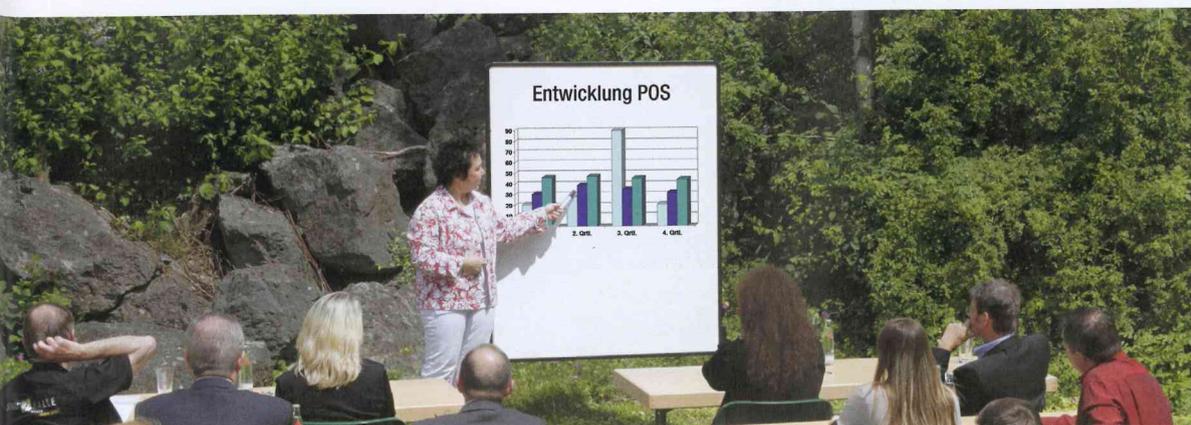
Außer dem Management der kulturellen Veranstaltungen gab es hier früher kaum Umsatz mit anderen Veranstaltungstypologien – das soll sich gewaltig ändern. Es gab auch kaum ausgeprägtes aktives Vertriebsverhalten, keine Veranstaltungsmanagement-Software, keine CRM-Strategien... Die Herausforderung besteht nun darin, den Umsatz auf eine breitere Basis zu stellen, Umsatz und Ertrag zu erhöhen und das Image weiter zu entwickeln. Das wird sich lohnen, denn nimmt man alle Umwegrentabilitäten mit hinzu, so kommt man bei Einzelvergleichen zwischen MICE-Events und kulturellen Volumenveranstaltungen auf einen Faktor von 7,5 zu 1 zugunsten von MICE. Einleuchtender kann man nicht klarstellen, wohin die Reise gehen muss. Strategisch stellt man sich in Hagen dafür richtig auf. Die Websites sind intelligent aufgebaut und erklären alles Weitere im Detail: [www.eventpark-hagen.de](http://www.eventpark-hagen.de) / [www.stadthalle-hagen.de](http://www.stadthalle-hagen.de)



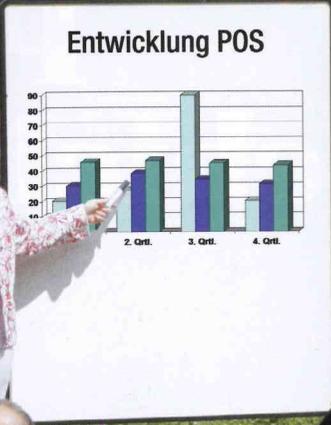
## RAHMEN-PROGRAMME/LOCATIONS (AUSZUG):

- Grünzeug statt Werkzeug – Kochkurse für Männer
- Comedy auf Schloss Hohenlimburg zum Thema Greenwashing
- Lernen aus der Natur, Märkische Genussstouren, alles rund um Entschleunigung und Natürlichkeit
- Locations in der Nähe: das Wasserschloss Werdringen, Schloss Hohenlimburg und der Hohenhof, ehemaliger Wohnsitz des Kunstmäzens Osthaus ( schön für Themenabende um 1900)

Ein Screenshot verdeutlicht den USP des Eventpark Hagen auf einen Blick.



Tagen im Steinbruch gleich vor der Haustür: kein Problem



## EVENTPARK Hagen. Natürlich freundlich.

Um neue Produkte zu präsentieren, Lösungen zu finden, Ideen auszutauschen oder Bilanz zu ziehen, bedarf es des richtigen Rahmens. Mit Leidenschaft, dem Respekt vor dem Menschen und der Natur, realisiert die EVENTPARK Hagen GmbH Veranstaltungen mit natürlichem Ambiente. Und wenn Sie wollen, dann sogar draußen.



LOCATIONS . CATERING . EVENT-SERVICES

# EVENTPARK HAGEN

Service-Agentur der Stadthalle Hagen | Wasserloses Tal 2 | Hagen