

GOSTELTUR

KOMMUNIKATION FÜR DIE TOURISMUSWIRTSCHAFT

SPEZIAL **2021**
MICE
& BUSINESS

DIE BRANCHE WILL IHRE POSITION
SOLIDE WIEDER EINNEHMEN

PHOTO:

Barcelona
Ist viel mehr

THE REGION OF MURCIA IS

READY TO meet you

TRADE FAIRS
CONFERENCES
CONVENTIONS
EXHIBITIONS
EVENTS



Editorial

Alles bereit für die Rückkehr

Der Kongress- und Tagungstourismus ist von der sanitären Krise, die covid-19 hervorgerufen hat, schwer gebeutelt worden. Zuerst war alles komplett lahmgelegt, die Aktivität fiel um mehr als 70%. Die Branche musste in Rekordzeit alles anpassen, damit Räumlichkeiten und Dienstleister die neuen Gesundheits- und Sicherheitsprotokolle erfüllen. Gleichzeitig hat sie die Nutzung der Technologien auf allen Ebenen beschleunigt, intensiviert und ausgeweitet, um wenigstens eine gewisse Aktivität aufrecht erhalten zu können.

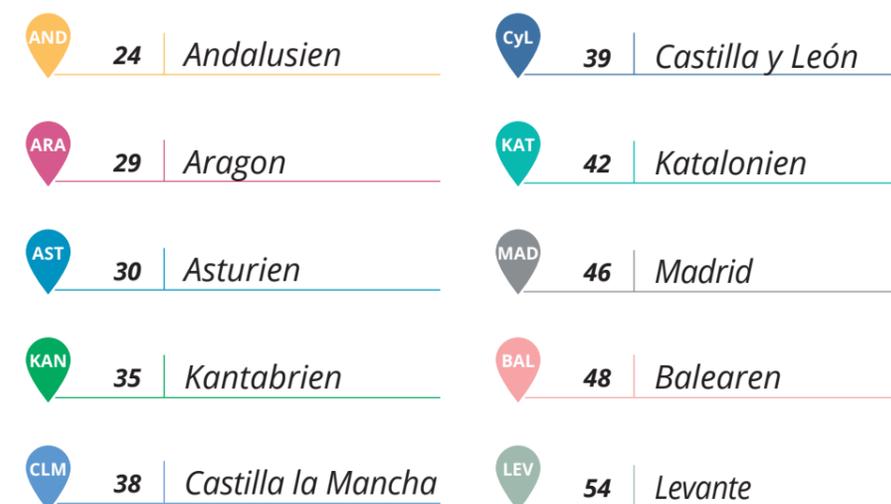
Events in virtueller und hybrider Umgebung, an mehreren Orten gleichzeitig, unter freiem Himmel oder in so genannten Blasen haben vorläufig die traditionellen Veranstaltungen in Anwesenheit aller Teilnehmer ersetzt, die aufgrund der Beschränkungen der Mobilität auf ein Minimum zurückgefahren wurden.

Die intensive Nutzung der Technologien hat neue Akteure und Unternehmen in das MICE-Umfeld eingebunden, und die Branche ist einhellig der Meinung, dass diese Modalitäten, die Lösungen für die Gegenwart liefern, auch in Zukunft erhalten bleiben werden. Die digitalen und hybriden Formate eröffnen neuen Möglichkeiten, denn sie dehnen die Teilnahme an Events in Zeit und Raum aus und vervielfältigen ihre Reichweite und Kundenbindung. Dennoch gibt es bereits Vertreter der Branche und sogar Studien, die darauf hinweisen, dass das Element der Präsenz, die Teilnahme vor Ort und die persönlichen Kontakte nicht ersetzbar sind, vor allem in so wichtigen Aspekten wie Kommerzialisierung, Networking, Erfahrungsaustausch und Geschäftsabschlüssen.

Daher haben alle Akteure der Branche Maßnahmen eingeleitet und sind bereit, die präsenzielle Aktivität wieder aufzunehmen, sobald sich die sanitäre Lage verbessert, die Einschränkungen der Mobilität gelockert werden und die Events mit Teilnehmern vor Ort wieder möglich sind.

In diesen Monaten hat die MICE-Branche hart gearbeitet, um stärker und besser zu werden, nicht an Wettbewerbsfähigkeit einzubüßen und die Eigenschaften, die Spanien zu einem der wichtigsten Reizeziele und Organisatoren weltweit von Kongressen machen, zu untermalen.

Sobald sich die ersehnten Erholung in V-Form einstellt, wird sich zeigen, dass die Vorteile und Erfahrung, die Spanien unter die besten der Welt in Sachen Kongressourismus gebracht haben, kein bisschen nachgelassen haben. Und die neuen Erfahrungen dieser letzten Monate werden das Geschäftsmodell noch weiter verbessern.



Hosteltur.com

HERAUSGEBER: Joaquín Molina García-Muñoz
editor@hosteltur.com

CHEFREDAKTEUR: Manuel Molina Espinosa
manuel.molina@hosteltur.com
@manolomolinaesp

GESCHAFTSFÜHRER: Carlos Hernández
carlos.hernandez@hosteltur.com
@carloshosteltur

REDAKTION:

MENORCA
Esther Mascaró - Editor in chief:
redactorjefe@hosteltur.com · @esthermascaró

MADRID
José Manuel de la Rosa - Intermediation:
josemanuel.delarosa@hosteltur.com · @MaDelarosa

José Luis Ortega - Intermediation & Hotels:
jose.luis.ortega@hosteltur.com · @jlhosteltur

Carmen Porras - Economy & Cruise ships:
carmen.porras@hosteltur.com · @carmenhosteltur

Vivi Hinojosa - Innovation & Hotels:
vivi.hinojosa@hosteltur.com · @vivi_hinojosa

SEVILLA
Ángeles Vargas - Intermediation & Hotels:
angeles.vargas@hosteltur.com · @angelesvargaspe

PALMA DE MALLORCA
Diana Ramón - Transports & Economy:
diana.ramon@hosteltur.com · @dianaramonv

Taiana González - Hotels & Intermediation:
taiana.gonzalez@hosteltur.com · @taianahosteltur

BARCELONA
Xavier Canalis - Innovation & Economy:
xavier.canalis@hosteltur.com · @XavierCanalis

CUBA
María Eugenia Cobas · corresp@enet.cu

DIGITAL:
Ángeles Vargas - Coordinadora
angeles.vargas@hosteltur.com

Responsible for social media and community:
Lola Buendía · lola.buendia@hosteltur.com
@loluabuendia

NEW PROJECTS:
Angela de Lara · angela.delara@hosteltur.com
@AngeladeLara

ADVERTISING: Central:
Ángus López · angus.lopez@hosteltur.com
Tel.: 971 73 20 73

Madrid: Juan Carlos Martín
juancarlos.martin@hosteltur.com · @JCHosteltur
Tels.: 647 45 75 75 - 91 366 25 37

Barcelona: Iván Vega
ivan.vega@hosteltur.com · @ivanvegagarcia
Tel.: 93-4731693

Baleares: José Godoy
jose.godoy@hosteltur.com · @josehosteltur
Tel.: 971-73 20 73

LAYOUT: David Molina
david.molina@hosteltur.com · @davidhosteltur

PHOTOGRAPHY: Archivo Hosteltur
PRINTING: Ingrama, S.L.
HERAUSGEBER
Ideas y Publicidad de Baleares, S.L.
Joan Miró, 79 - 07015 Palma de Mallorca,
Baleares
Tel: 971 732073 - Fax: 971 737512
Depósito legal: PM298-1994
Member of **APP** Asociación de Prensa Profesional

www.hosteltur.com
hosteltur@hosteltur.com
@hosteltur



Eines der am meisten betroffenen Wirtschaftssegmente soll die Erholung vorantreiben

DIE MICE-BRANCHE ERFINDET SICH IN DER PANDEMIE NEU

Obwohl die Pandemie die Aktivität komplett lahm legte, arbeitet die Branche daran, verschobene Events umzuprogrammieren. In Spanien werden bereits „präsenzielle sowie hybride Veranstaltungen durchgeführt, die Vorbeugungsmaßnahmen funktionieren perfekt und die Erwartungen der Vereinigungen und Unternehmen werden hochgradig erfüllt“, versichert das **Spain Convention Bureau**.



Ein vor kurzem in Barcelona organisiertes Event.

Der Kongress- und Tagungstourismus war einer der am meisten von der weltweiten sanitären Krise betroffenen Bereiche. Das Nationale Observatorium für Ausreiseverkehr (ObservaTUR) beziffert den Rückgang auf rund 70%. Der Präsident des SCB, Augusto Hidalgo, erklärt: „Der Tagungstourismus basiert darauf, dass sich Menschen treffen, die aus unterschiedlichen Orten zusammenkommen. Die Beschränkungen beim Transport, die Schließung der Grenzen und die Kapazitätsbeschränkungen haben die MICE-Aktivität stark betroffen“.

Aber die Branche hat reagiert. Sie hat sich



Gamergy 2020 ist zu einem Online-Event geworden – noch bei der letzten Ausgabe in Ifema wurde ein Besucherrekord von 61.000 Teilnehmern verzeichnet.

der Situation durch die Einführung aller möglichen Maßnahmen angepasst, hat es geschafft, die Aktivität in kleinem Rahmen wieder aufzunehmen und ist bereit, wieder komplett aktiv zu werden, sobald dies möglich ist.

Das SCB und die anderen Akteure der MICE-Branche kooperierten mit dem Staatssekretariat für Tourismus und dem Gesundheitsministerium bei der Verfassung des Dokumentes über „Maßnahmen zur Einschränkung der Ansteckungsgefahr durch Coronavirus SARS-CoV-2“ und haben eine Zusammenfassung erarbeitet und verbreitet, „um zu erreichen, dass in den spanischen Destinationen Events unter Beachtung der strengstmöglichen Sicherheitsmaßnahmen organisiert werden können“, erklärt Hidalgo gegenüber Hosteltur. „Sobald die Kunden beschließen, wieder Veranstaltungen zu organisieren, steht die

komplette Logistik bereit“, fügt er hinzu.

Lieblingsreiseziel

Spanien hatte zu Beginn der sanitären Krise eine privilegierte Position als eines der wichtigsten Reiseziele weltweit im Bereich Kongresse und Tagungen, ein konsolidierte Destination. Wie aus der Statistik der International Congress and Convention Association, dem angesehenen ICCA-Ranking, hervorgeht, war Spanien 2019 weltweit an vierter Stelle der Länder mit den größten internationalen rotierenden Events (578). Was die Teilnehmerzahl anging, lag Spanien mit 348.728 sogar an zweiter Stelle, nur knapp hinter der historischen Nummer eins dieser Liste, den USA mit 357.137 Teilnehmern.

Barcelona war die vierte Stadt im Ranking der Städte mit den meisten Events (156) und Nummer eins in Sachen Teilnehmerzahlen

– laut ICCA waren das „beeindruckende“ 157.000 Menschen. Madrid lag bei der Zahl der Veranstaltungen an weltweit fünfter Stelle (mit 154 großen Events) und war mit 91.900 Teilnehmern die dritte Stadt in dieser Kategorie. Valencia war die Stadt mit einem der stärksten Aufstiege innerhalb der Top 50, die Stadt kletterte 44 Positionen auf die Nummer 48 weltweit nach oben (54 große internationale Veranstaltungen).

Wie die ICCA feststellt, zeigen die Wachstumswahlen der Industrie des Jahres 2019, „wie wichtig Veranstaltungen mit persönlicher Anwesenheit der Teilnehmer sind und dass die Industrie eine Schlüsselposition für die Erholung haben wird“.

7,016 Milliarden Euro

Spanien erzielte 2019 die besten Ergebnisse „der historischen Serie“, teilt das Spain Convention Bureau mit. Der Tagungstourismus brachte 7,016 Milliarden Euro ein, 5,7% mehr als im Vorjahr. In den Städten, die sich dem SCB angeschlossen haben (56 sowie eine Provinz), fanden 29.603 Veranstaltungen statt, 14,7% mehr als im Vorjahr,

„
Nach Angaben der ICCA zeigen die Wachstumswahlen der Kongresse und Tagungen von 2019, wie wichtig Veranstaltungen mit persönlicher Anwesenheit der Teilnehmer sind und dass die Industrie eine Schlüsselposition für die Erholung haben wird

die Zahl der Teilnehmer stieg um 11,4% auf 4.791.982. Das geht aus einer Studie von Madison hervor.

Der Präsident des SCB und Bürgermeister von Las Palmas de Gran Canaria, Augusto Hidalgo, erklärt, „die spanischen Kongressdestinationen haben viele Weiterbildungsinitiativen ergriffen, haben Guides erstellt, Protokolle und Maßnahmen rund um Hygiene und Gesundheit eingeführt, um sichere Events durchführen zu können“. Diese Maßnahmen werden in der kompletten Wertschöpfungskette angewendet. „Die Anstrengung der Implementierung ist enorm und hat uns ein Image von Professionalität, Verantwortungsbewusstsein und Sicherheit verschafft, das die Organisatoren von Events sehr schätzen werden“. Diese Arbeit wird, ebenso wie die Aufnahme von Kontakten zu den Organisatoren von Kongressen und Tagungen und deren Beratung und die Aktionen zur professionellen Promotion und Vermarktung, voraussichtlich im kommenden Jahr Früchte tragen.

„Wir hoffen, dass wir 2021 einen großen Marktanteil im Bereich Tagungen wieder

zurückerringen können, ganz besonders im Bereich der Vereinigungen. Aber wie auch der Rest der Tourismusbranche befinden wir uns in Händen externer Faktoren wie der Entwicklung der Pandemie in Spanien und im Rest der Welt, der Wiederaufnahme der Flugverbindungen oder der wirtschaftlichen Situation der Unternehmen“, so Hidalgo. Er glaubt, dass MICE „sich etwas später erholen wird als der Freizeittourismus, und zwar ganz allein aus organisatorischen Gründen, denn diese Art von Events werden mit mehr Vorlauf organisiert und bedürfen intensiver Vorbereitung“.

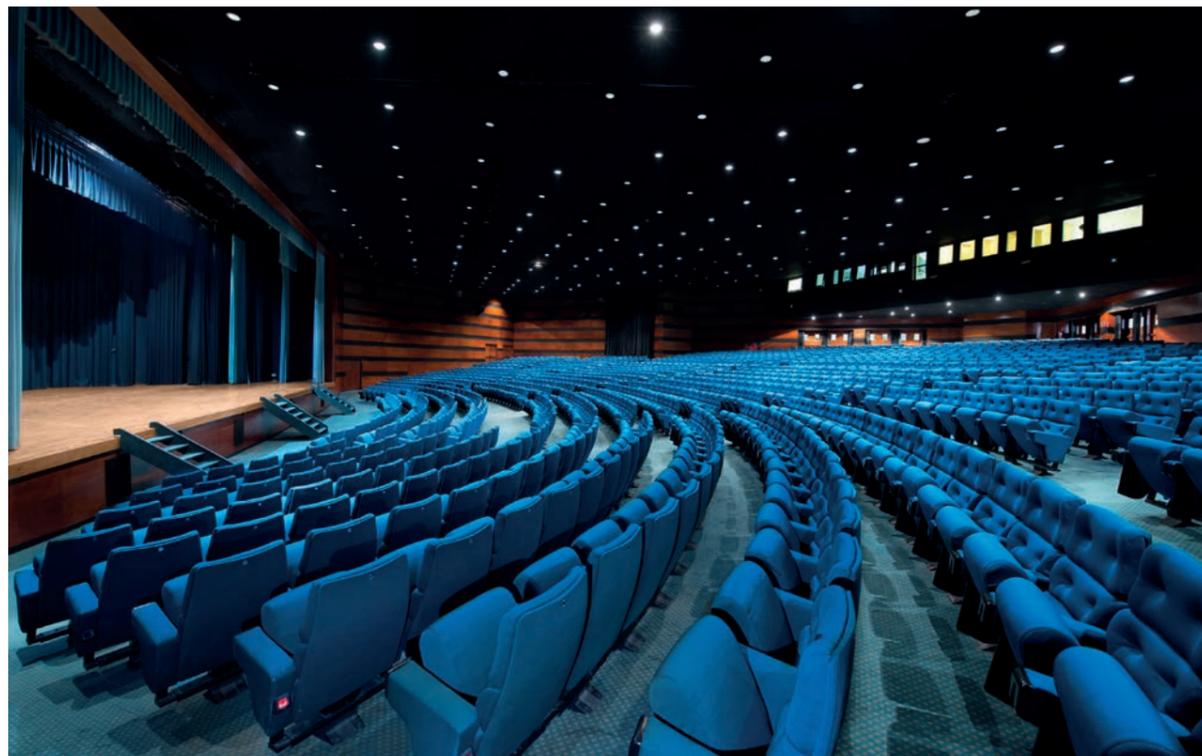
Gestärkt hervorgehen

In diesen letzten Monaten „war die Branche in ständiger Bewegung“, hat Fortbildungskurse organisiert und vorbereitet und intensiv die technologischen Ressourcen genutzt. Hidalgo unterstreicht, dass auch die Vereinigungsstrukturen gestärkt wurden,

„
Wir hoffen, dass sich 2021 wieder ein großer Marktanteil bei den Meetings zurückgewinnen lässt, insbesondere im Bereich der Vereine. Aber genau wie der Rest der Tourismusbranche befinden auch wir uns in Händen externer Faktoren“, so das SCB

ebenso wie die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Behörden und zwischen Behörden und Privatwirtschaft. „Was die Weiterbildung, Digitalisierung, Marktanalyse und Teamarbeit angeht, glaube ich, dass Spanien im Bereich MICE sehr wettbewerbsfähig aus dieser Krise hervorgehen wird“, fügt er hinzu.

Er rechnet mit einer schnellen Reaktion: „Unsere Städte und die Fachleute der Branche sind darauf vorbereitet, bei den Events maximale Sicherheitsgarantien zu geben. Wenn wir diese Situation hinter uns lassen können, wird die Branche schnell, effizient und professionell auf die Nachfrage nationaler und internationaler Vereinigungen und Unternehmen reagieren, um ihre Events unvergesslich zu machen. Sobald die Normalität sich wieder einstellt, werden wir innerhalb weniger Jahre wieder auf ähnliche Geschäftsergebnisse wie im letzten Jahrzehnt kommen“.



Im Auditorium des Meliá Sitges fand das Kinofestival von Sitges statt; die Kapazität von 1.384 Sitzplätzen wurde um 70% reduziert, zwischen den Vorführungen wurde jeweils eine Stunde pausiert, um zu lüften und zu putzen.



Die Pandemie hat die Digitalisierung vorangetrieben und Vorteile ans Licht gebracht, etwa die Ausdehnung von Meetings in Raum und Zeit sowie die Ausweitung der Märkte

VIRTUELLE UND HYBRIDE EVENTS SIND GEKOMMEN, UM ZU BLEIBEN

Die Nutzung des "Streaming" war schon vorher ein gängiges Format im Tagungstourismus – aber durch die Pandemie ist sie zu einem fundamentalen Element geworden. Die Akteure der Branche experimentieren mit neuen Formaten und führen Lösungen ein, um die Ausfälle zu kompensieren, die durch die fehlenden präsenziellen Events und Messen entstehen – zum Beispiel die Verbesserung der Erfahrung, des Market Place und durch die Schaffung neuer Geschäfts- und Networkingmöglichkeiten.

Die Pandemie hat alle dazu gezwungen, einfallreicher zu werden, um den Tagungstourismus zu reaktivieren. Abgesehen von virtuellen und hybriden Events werden auch Meetings

zeitgleich an verschiedenen Orten organisiert, Veranstaltungen unter freiem Himmel oder gemischt drinnen und draußen boomen.

Einige der großen Events, die tatsächlich präsenziell stattfanden, gehörte der 59. Jahreskongress der **International Congress and Convention Association (ICCA)**, dessen Hauptaustragungsort Kaohsiung (Taiwán) war, der aber parallel in sieben „hubs“ weltweit stattfand, darunter Málaga und Luxemburg als europäische Nebenschauplätze. Dabei gab es virtuelle und persönliche Meetings.

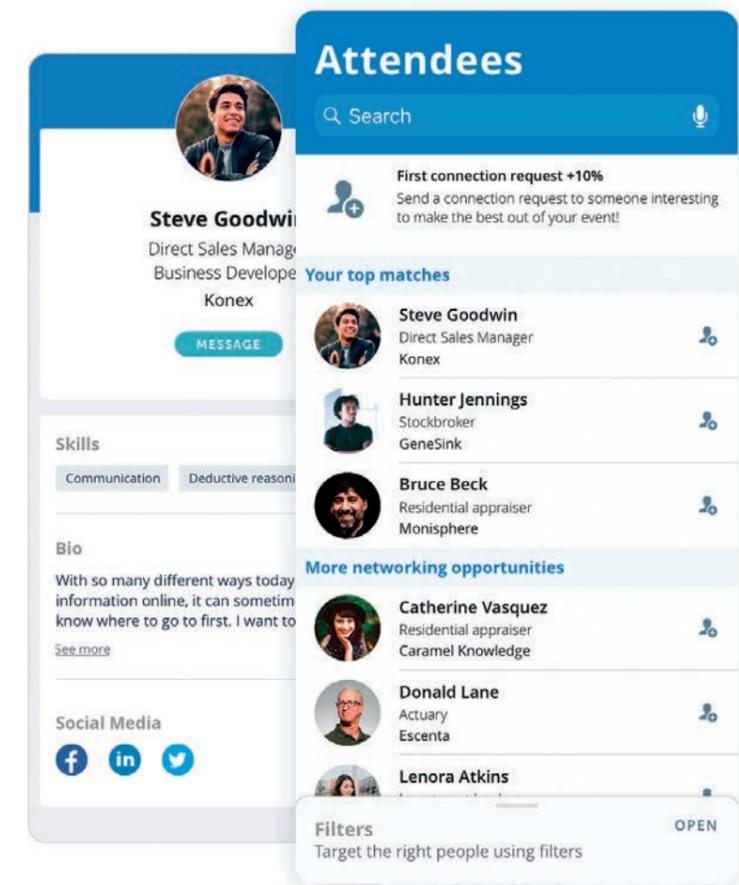
Die wichtigsten Messen des Jahres für die Tourismusbranche wurden den neuen Möglichkeiten angepasst. So war zum Beispiel die letzte **World Travel Market (WTM)** in London "full digital" – zum

ersten Mal seit ihren Anfängen 1980. Die nächste **ITB** in Berlin vom 9. bis 12. März wird ebenfalls virtuell stattfinden, wie die Organisation **Messe Berlin** angekündigt hat; die spanische **Internationale Tourismusmesse Fitur** ist auf Mai verlegt worden (19. bis 23.) – in der Absicht, ihren internationalen Charakter zu erhalten und das Aufeinandertreffen von Unternehmen, Ländern und Destinationen weiterhin zu fördern. Jedes Jahr reisen rund 250.000 Teilnehmer aus der ganzen Welt zu dieser Messe, Madrid nimmt dadurch 330 Millionen Euro ein.

Ein Plus an Wirkung

Die hybriden Veranstaltungen, an denen man zum Teil präsenziell, zum Teil virtuell teilnimmt, werden immer beliebter. Wie der Präsident des **Spain Convention Bureau**, **Augusto Hidalgo**, im Gespräch mit **Hosteltur** sagt, sind sie besonders wichtig, weil sie „zeigen, dass es möglich ist, Kongresse und Tagungen auszutragen und sich dabei an die Umstände, die die Pandemie erfordert, anzupassen“. Covid hat einen Trend beschleunigt, der schon in den letzten Jahren sichtbar war, nämlich die stärkere Nutzung der Technologie bei Veranstaltungen, angefangen bei der Information und Anmeldung bis zur Einschreibung, Bezahlung, Zugang, Verbreitung wissenschaftlicher Kommunikationen, Nutzung von 3D-Systemen, Technologie für Vorträge und Kommunikationen sowie Instrumente für die Teilnahme und Abstimmung. „Aktuell sind die hybriden Veranstaltungen sehr wichtig, dieser Trend ist gekommen, um zu bleiben. Es ist klar, dass Technologie und Digitalisierung Mittel sind, um die präsenziellen Meetings zu verbessern, die in naher Zukunft wieder Protagonismus erlangen werden“, so Hidalgo.

Ein Vorteil der hybriden Events, deren Bereich mit Teilnehmern in Anwesenheit den Beschränkungen hinsichtlich Kapazität und Abstandsregelungen unterliegt, ist, dass hier ein gewisses Maß von persönlichem direkten Kontakt erhalten bleibt.



Teilnehmer der Messe Fruit Attraction 2020.



Dieses Jahr fand die Gartenbaumesse im Ifema über die Plattform Fruit Attraction Liveconnect telepräsenziell statt.

Dazu kommt, dass sie es ermöglichen, Teilnehmer aus allen Teilen der Welt virtuell zusammen zu bringen, was die Meetings bereichert und ihnen einen Mehrwert verschafft. So fand zum Beispiel der 41. Kongress der Spanischen Gesellschaft für Innere Medizin (Semi) online statt, und zwar über eine innovative 3D-Plattform für virtuelle Realität, über die rund hundert Aktivitäten angeboten wurden. Die Virtualisierung zeigt nicht nur die Fähigkeit, sich neu zu erfinden, sondern integriert dank der Technologie auch neue Akteure und Unternehmen in das MICE-System.

„Wir haben mit Hilfe der Technologie diese neuen Formate irrsinnig schnell integriert, um mit den außergewöhnlichen Umständen zurecht zu kommen, in denen wir gerade leben. Dabei hat sich herausgestellt, dass

Hybride Formate ermöglichen die digitale Teilnahme an Veranstaltungen, verbessern das Image und die Kundenbindung und machen es darüber hinaus möglich, Akteure aus der Technologiebranche in das MICE-Segment einzubinden



Die Mónico-Gruppe setzt darauf, hybride Meetings zu organisieren und sich den Anforderungen dieser Modalität anzupassen.

einige Lösungen nicht nur Alternativen zu den traditionellen Events darstellen, sondern dass sie auch noch ein Plus darstellen, da sie die Reichweite, die Optimierung der Ressourcen und die Wirkung im Hinblick auf Image und Kundenbindung verbessern“, sagt der Generaldirektor der IFEMA, **Eduardo López-Puertas**, beim kürzlich als Hybridevent organisierten französisch-spanischen Wirtschaftsforum.

Der Verantwortliche des spanischen Messegeländes verteidigt die Anpassungsfähigkeit, die die Industrie zur Schau stellt, und befürwortet es, innovativ und kreativ zu sein, der Gesellschaft einen Mehrwert zu bieten, neue Geschäftsfelder zu eröffnen, „die Wandlung durchzumachen, die die Gesellschaft braucht, um aus dieser Krise gestärkt herauszugehen, und dazu beizutragen, die Handelsbeziehungen solider und lebensfähiger zu machen“.

Mehr Wettbewerb

Für ihn ist das Fortschreiten der Digitalisierung eine Chance, neue, rentable Messegelände zu beleben und aufzubauen. Die Entwicklung starker, intelligenter Plattformen ermöglicht die Durchführung von Messen in hybriden Formaten und auch in digitaler Form, dabei werden Service und die Handelstätigkeit aufrecht erhalten. „Wir lernen schnell, weil wir uns bewusst sind, dass diese Innovation gekommen ist,

um zu bleiben. Wenn wir wieder in die Normalität zurückkehren, wird sie die beste und effizienteste Ergänzung der traditionellen Veranstaltungen sein, was Inhalte und globale Teilnahme angeht“, so der Leiter der Ifema.

Als Beispiel nannte er die Messe Fruit Attraction, für die alle Inhalte in digitale Versionen übersetzt werden mussten, „um die wichtigste Handelsplattform der spanischen Gartenbaubranche zu erhalten“. Es handelte sich um eine „unterstützte Plattform mit künstlicher Intelligenz und Marketplace Support, um die Unternehmen zu unterstützen und den Austausch von Interessen und die kommerzielle Interaktion aufrecht zu erhalten“.

Die Nutzung der Technologie wird immer stärker verbreitet, um Wettbewerbsfähigkeit zu gewinnen. „Mit Hilfe der Digitalisierung machen wir die Messegelände zu sichereren Orten für den Moment, an dem wir die Aktivität wieder aufnehmen“, versichert der Direktor von Ifema. Das Messegelände hat neue Entwicklungen eingebaut, „um ein hohes Niveau an Sicherheit für die Bewegung der Personen zu gewährleisten. Es werden Kapazitäten kontrolliert, Temperatur gemessen, es gibt Temperaturmessgeräte, mit denen Besucherströme parametrisiert werden – und es gibt viele weitere Innovationen“. Dazu setzt man weiter auf den Ausbau des 5G-Netzes. ■

Der Verband unterstreicht, dass Spanien eine sichere, rigurose, professionelle und zuverlässige Kongressdestination ist

DIE OPC BEREICHERN DAS ANGEBOT MIT UNTERSCHIEDLICHSTEN FORMATEN

Nachdem im Bereich des Kongresstourismus im ersten Moment der Pandemie die präsenzielle Aktivität total gelähmt war, zeigt dieser jetzt einen „deutlichen Wunsch, die Aktivität wieder aufzunehmen“. In der ersten Phase soll das mit Hilfe hybrider oder semipräsenzieller Formate stattfinden, um sich nach und nach in Richtung der Events mit anwesenden Teilnehmern zu bewegen. Die Zahl der Teilnehmer wird weiterhin beschränkt, „um Vertrauen zu schaffen, was im Moment das gefragteste und wichtigste, wenn auch nicht greifbare Element ist“, erklärte die Präsidentin des **Forum MICE** und der **OPC Spanien**, Matilde Almandoz, im Interview mit **Hosteltur**.

Die Auswirkungen sind am deutlichsten bei den internationalen Events zu spüren, die aufgrund der Einschränkungen der Mobilität ins Bodenlose gesunken sind. Die spanienweiten Veranstaltungen hängen von unterschiedlichen Variablen wie der Teilnehmerzahl oder dem Veranstalter ab. Almandoz sagt, die Situation, die im Februar ihren Anfang nahm, „hat alle Destinationen überflutet“, die von den Konsequenzen der Pandemie und den zahlreichen Restriktionen betroffen sind. Die Lage betrifft alle: „Spanien, das zu den Top 5 der Kongressdestinationen gehört, ebenso wie die Wettbewerber im Ranking, die gleichzeitig die von der Pandemie am stärksten betroffenen Länder sind“.

Kreativität und Technologie

Die Branche reagiert auf die Situation, so Almandoz. „Das Angebot wird um alle möglichen Formate erweitert, zwei Elemente sind ständig im Einsatz: Kreativität und die neuesten technologischen Fortschritte, um den Kunden weiterhin ein denkwürdige Erlebnisse bieten zu können“.

Die professionellen Organisatoren von Events (OPC) nutzen bereits vorher sehr intensiv die neuen Technologien, Streaming ist schon seit mindestens fünfzehn Jahren bei Kongressen präsent. „Allerdings haben die Endkunden vielleicht jetzt erst wirklich gemerkt, wie praktisch es ist“, erklärt die Präsidentin des Verbandes professioneller Organisatoren von Kongressen.

„Dies ist ein Moment, an dem man weitergehen, neue Aspekte auskundschaften und sich an neue Formate und Trends anpassen muss, um letztlich besser zu werden und die Exzellenz bieten zu können, von der wir immer sprechen. In diesem Sinne haben wir bewiesen, ein anpassungs- und widerstandsfähiger Sektor zu sein“.

Die OPC-Präsidentin betont die Notwendigkeit einer klaren Message: „Spanien ist eine sichere, rigurose, professionelle und zuverlässige Kongressdestination“. Und sie fügt hinzu: „Wir müssen jetzt sofort anfangen, zu säen, um an dem Tag, an dem die Situation sich wieder bewegt, zu 100% da zu sein“.

Gute Positionierung

Mit ihrer ausgezeichneten jüngsten Entwicklung wird die Branche ausschlaggebend für die Erholung sein. „Die Kongressindustrie hat sich in den letzten Jahren entwickelt und ist gewachsen. Wenn die Situation sich hundertprozentig verbessert und die präsenzielle Aktivität wieder aufgenommen werden kann – und sei es mit den notwendigen Einschränkungen und sanitären Vorbeugungsmaßnahmen –, dann ist es wichtig, dass die Industrie, Unternehmen und Vereinigungen, wieder an die Branche und die Profis glauben“.

Sie erinnert daran, dass Spanien Nummer drei des weltweiten ICCA-Rankings 2019 war, auf dem wiederum Madrid und Barcelona als Einzeldestinationen weltweit an dritter und vierter Stelle standen. Und Almandoz betont, „dieser Trend dehnte sich auch auf andere Regionen aus, die ebenfalls auf den MICE-Tourismus setzten“. ■



Das III Forum MICE, das im März stattfinden sollte, wurde im September als Hybridevent organisiert.

Die Pandemie hat den Hybridevents Auftrieb gegeben, mit deren Hilfe man die Zeit der Einschränkungen durchstehen kann

DIE SPANISCHEN MESSEN BESCHLEUNIGEN DIE DIGITALE WANDLUNG

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die Messegelände konzentrieren derzeit ihre kompletten Anstrengungen darauf, sich für 2021 vorzubereiten. In diesem Jahr planen sie hybride Events und stellen sich schneller als gedacht den Herausforderungen der Digitalisierung. In 2019 zählte die Vereinigung der Spanischen Messen (Asociación de Ferias Españolas, AFE) 424 auditierte Messen mit insgesamt 49.819 Ausstellern, darunter 12.307 aus dem Ausland, und 5,7 Millionen Besucher.

Die aktuelle Situation ist sehr komplex, niemand kann voraussehen, welche Konsequenzen letztlich die Pandemie für unsere Branche haben wird“, erklärt der Präsident der Vereinigung der Spanischen Messen (AFE), Xabier Basañez. „Als die Durchführung von Events wieder erlaubt war, waren alle Organisationen und Messegelände schon vorbereitet, um die Aktivität mit allen möglichen Vorbeugungs- und Schutzmaßnahmen wieder aufzunehmen. Dadurch konnten in den letzten Monaten einige präsenzielle Events stattfinden, vor allem Publikumsmessen auf regionaler Ebene, auch hybride und virtuelle Veranstaltungen gab es“, erklärt er. Die meisten Fachmessen und Messen auf internationaler Ebene mussten hingegen verschoben werden, „Grund dafür waren natürlich die Ein-

schränkungen beim Personenverkehr, ebenso wie die wirtschaftlichen Schwierigkeiten, die einige Unternehmen durchmachen“. Einige Messegelände haben für ihr Personal die Möglichkeiten des ERTE (spanische Form der Kurzarbeit) oder der verkürzten Arbeitszeiten ergriffen und versuchen generell, mit speziellen Maßnahmen und Unterstützung der Behörden durchzuhalten. „Die ganze Hoffnung richtet sich jetzt auf die Messen für 2021, denn wir hoffen, dass sich die Situation nach und nach verbessert und wir wieder in eine gewisse Normalität zurückkehren können“. Um sich anzupassen, „ist die erste Maßnahme immer die Umwandlung gewisser Messen in virtuelle oder hybride Events mit einem Teil Anwesenheit und einem Teil online, zumindest vorübergehend. Das geschieht



Der Spanische Anwaltskongress fand im Mai 2019 auf dem Messegelände von Valladolid statt.

durch digitale Plattformen, die es in den meisten Fällen ermöglicht haben, ein großes Spektrum potentieller Interessenten zu erreichen“. In Sachen Prävention und Schutz der Gesundheit haben sich Kooperationen zwischen verschiedenen Messegeländen entwickelt, ebenso mit anderen spanischen und internationalen Vereinigungen, um gemeinsame Protokolle zu erarbeiten. „Die Schwierigkeiten und die Ungewissheit, die die Branche, wie viele andere auch, im Moment durchmacht, zwingen uns dazu, unser Geschäftsmodell neu zu überdenken. Wir analysieren Aspekte, die wir in Zukunft verbessern können, um wettbewerbsfähig zu sein und den Unternehmen, Fachleuten und Privatpersonen weiterhin das unersetzliche Marketing-Tool anzubieten, das die Handelsmessen nun einmal sind“, kommentiert Basañez. Die Messen stehen vor verschiedenen Herausforderungen, die die sanitäre Krise beschleunigt hat, wie etwa die Digitalisierung und anderen, an denen man weiter arbeiten muss, seien es Nachhaltigkeit oder Internationalisierung, erklärt er.

„Wir sind überzeugt, dass die Handelsmessen den Unternehmen erheblich helfen und einen Beitrag zur generellen wirtschaftlichen Erholung leisten können“, sagt der Präsident der AFE

Der wirtschaftliche Beitrag der spanischen Messen beläuft sich auf rund 13 Milliarden Euro pro Jahr mit 123.100 direkten und indirekten Arbeitsstellen. Das geht aus einer Studie des Jahres 2020 mit Zahlen aus 2018 hervor.

Die Rekordzahlen kommen wieder

Im Fall des Messezentrums von Madrid Ifema arbeitet man an der Digitalisierung der Messen, „um der Nachfrage nach Hybridevents gerecht werden zu können, sobald das möglich ist“, erklärt die Generaldirektorin für Tagungen, Belén Mann. In der Zusammenarbeit mit externen Kunden habe man maximale Flexibilität für kurz- und mittelfristige Vertragsabschlüsse angewandt. „Wir haben auch alternative Geschäfte und Events gesucht, die von der Pandemie weniger betroffen waren“, fügt sie hinzu.

2019 war ein Rekordjahr für Ifema mit mehr als 800 Veranstaltungen und über 180 Millionen Euro Umsatz. Abgesehen von den üblichen Events, die sich jedes Jahr auf dem Terminkalender der Messe wiederfinden, gab es einige, die „aufgrund ihrer Internationalität und ihrer Bedeutung für die Stadt“ besonders hervorstachen, nämlich vor allem medizinische Kongresse: der Kongress der European Respiratory Society (ERS) mit fast 20.000 Teilnehmern, oder der Kongress der European Association of Dermatology and Venereology (EADV) mit 10.000 Spezialisten. Die größte Veranstaltung war der Klimagipfel COP 25, zu dem über 30.000 Menschen nach Madrid reisten.

Ein weiteres Beispiel für Erfolg war die Messe Feria de Valladolid mit einem Umsatz von 3,5 Millionen Euro in 2019, rund 20 Messen und knapp 200 anderen Veranstaltungen. Als besonders wichtiges Ereignis gilt der spanische Anwaltskongress mit mehr als 2.500 Teilnehmern. Diese Messe betont ihren Fokus auf Hybridevents, um „die Teilnahme internationaler Akteure fördern zu können“. Zu den Maßnahmen, die man hier angewandt hat, gehören die Installation von Systemen zur Zugangskontrolle, Kontrolle des korrekten Gebrauch der Mund-Nasen-Masken, Temperaturkontrolle, Rückverfolgung aller Besucher und Stärkung der Hygiene- und Desinfektionseinrichtungen. ■

INTERVIEW

Iker Goicoechea ist Präsident der Vereinigung der Kongresszentren Spaniens, APCE

„Wir streben danach, die Position, die wir hatten, stark und solide wieder einzunehmen, denn das starke Geflecht, das uns in diese Position gebracht hatte, hat sich kein bisschen verschoben“

Auch wenn die MICE-Branche „sehr schwer“ von der Pandemie betroffen ist, unterstreicht der Präsident der **Vereinigung der Kongresszentren Spaniens (APCE)**, **Iker Goicoechea**, im Interview mit Hosteltur, dass die Infrastrukturen und die Professionalität, die das Land zum weltweiten Anführer in diesem Bereich gemacht haben, „weiterhin intakt“ sind, weshalb er eine „solide, starke und entschiedene“ Erholung voraussieht.

Wie ist die Lage des Kongresstourismus in Spanien im Moment der Lähmung durch die sanitäre Krise?

Sehr schlecht. Die Maßnahmen, die man aufgrund der sanitären Situation einführt, wirken sich direkt auf den Bereich der Meetings aus, und die Auswirkungen auf unsere Kongresszentren sind sehr weitreichend. Wir akzeptieren das, weil wir wissen, dass der Grund die gesundheitliche Situation ist. Wir haben Zweifel im Hinblick auf Maßnahmen wie die Begrenzung der Kapazitäten, die nicht in Relation zur verfügbaren Fläche stehen, sondern eine absolute Höchstkapazität festlegen. Bei großen Einrichtungen wie der unseren (dem Kursaal), wo wir die Einhaltung der Mindestabstände garantieren können, ist das eine Einschränkung. Wir tragen es mit Resilienz und versuchen, in den Umständen, in denen

wir im Moment leben müssen, das maximal mögliche zu tun.

Gibt es Unterschiede zwischen großen und mittleren Städten?

Nein, sie sind ziemlich gleich betroffen. Die kleinen Unterschiede zwischen den verschiedenen Autonomieregionen waren nicht so groß, dass die Lage erheblich anders wäre. Generell ist die Situation schlecht, es ist schwierig und keiner wird davon ausgenommen.

Und wie sehen die Unterschiede zwischen Spanien und anderen Destinationen aus?

Viele Verschiebungen, wie wir zum Beispiel die internationalen Events in spanischen Städten aufschieben mussten, haben sich auch in anderen europäischen und weltweiten Städten ergeben, es gibt keine merklichen

Unterschiede. Im Bereich MICE ist die Auswirkung weltweit sehr schwerwiegend.

Es gibt virtuelle und hybride Kongresse und solche, die an mehreren Orten zeitlich stattfinden. Welche Lösungen wenden die Mitglieder der APCE an, um die Aktivität zu erhalten?

Die wichtigsten Kongress- und Messezentren des Landes sind logischerweise sehr gut ausgestattet, wir haben viel Platz für die Einhaltung der Mindestabstände und fachlich ausgebildete Teams, die schon die wichtigsten internationalen Veranstaltungen organisiert haben. Der Nachfrage nach hybriden Events kommen wir problemlos nach. Diese Kunden, die sich als „verantwortungsbewusste Aktivisten“ zeigen, die an ihren Events und Projekten festhalten – und sich verantwortungs-



Das 68. Filmfestival San Sebastián Zinemaldia 2020 im Kursaal.

bewusst zeigen, was die sanitäre Seite angeht, aber auch aus wirtschaftlicher Sicht, weil sie an der Aktivität festhalten; diese Kunden wählen in diesem schwierigen Kontext hybride Modelle mit einem Teil per Streaming. Die Formel funktioniert, sehr wahrscheinlich wird dieser Wandel hin zum hybriden Konzept, mit einem Teil der Teilnehmer anwesend und einem Teil online zugeschaltet, in Zukunft bestehen bleiben. Wir arbeiten schon seit Jahren mit Kongressen und Firmenevents, die durch das Internet eine größere geographische Reichweite erhalten. Die aktuelle Situation hat die schon vorher bestehende Realität noch akzentuiert.

Würden Sie sagen, dass das, was passiert ist, die Bedeutung der präsenziellen Meetings unterstreicht?

Als Menschen haben wir eine emotionale und soziale Komponente. Jetzt, da wir es nicht haben können, merken wir, wie wichtig dieses Element des Zusammenhalts und der Nähe ist. Eine Message ist nicht das gleiche mit oder ohne emotionale Komponente, und dies artikuliert sich bei Events, an denen die Teilnehmer anwesend sind. Wir sind davon überzeugt und wir denken, dass die Erholung solide, stark und entschieden sein wird.

Angesichts der hervorragenden Entwicklung der Branche in Spanien in den letzten Jahren – wird die MICE-Branche eine Schlüsselrolle bei der Erholung spielen?

Zweifellos. Die Branche erwartet eine Erholung in V-Form, denn MICE und insbesondere die großen Infrastrukturen, die die APCE repräsentiert, waren vor dieser Hekatombe international sehr gut positioniert. Wenn wir die sanitäre Notlage hinter uns haben und die daraus resultierenden Einschränkungen gelockert werden können, streben wir danach, stark und solide wieder die Position einzunehmen, die wir vorher inne hatten. Das starke Geflecht, das uns in diese Position gebracht hatte – erstklassige Infrastrukturen und Fachteams mit großartiger Erfahrung bei erstklassigen Events, die Vorzüge des Landes, das Klima, die Gastronomie... – alles das ist noch da und hat sich kein bisschen verschoben. Wir werden sehen, ob wir in der Lage sein werden, auch an europäische Fonds zu kommen, um wenn möglich diese Wettbewerbsfähigkeit noch zu stärken, indem wir die Digitalisierung der Locations oder Elemente der Nachhaltigkeit und Effizienz, mit denen wir bereits gearbeitet haben, noch verbessern. Es eröffnet sich eine Chance, diese Prozesse noch

zu beschleunigen und hart am Wettbewerb zu bleiben.

Wann kann diese Reaktivierung kommen?

Das ist ungewiss, aber man ist sich in gewisser Weise einig, den Blick auf die Zeit nach Ostern zu richten, was MICE und Meetings angeht. Der Herbst und Winter werden hart und schwierig werden, aber wir haben Hoffnung und die Gewissheit, dass wichtige Kongresse auf diese Zeit im Frühjahr, Mai und Juni verschoben wurden. Wir glauben, dass die Zeit nach Ostern der Meilenstein sein könnte, an dem die Erholung und Normalisierung einsetzt und wir einen möglichst normalen Herbst haben werden. Hoffentlich.

Glauben Sie, dass das Image Spaniens Schaden erlitten hat?

Spanien als Reiseland, und insbesondere für MICE und Fachveranstaltungen, hat kein besonders angeschlagenes Image. Die Geflechte, denen wir die herausragenden Positionen zu verdanken hatten, sind weiterhin intakt. Knapp vor der Pandemie waren wir das Land, das den Klimagipfel COP-25 austrug, der vorher in Chile stattfand. Er war spektakulär und sehr erfolgreich aus organisatorischer Sicht. Das dürfen wir nicht vergessen. ■

Die Travel Manager kalkulieren mit einem Rückgang der Investition um 58% aufgrund der Pandemie

Die Rückkehr der Businessreisen wird anhand von Vertrauens-Blasen beginnen, intelligente Destinationen haben hierbei Vorteile

Taiana González
@Taianahosteltur

Viele Unternehmen überarbeiten ihre Reisepolitik, denn sie sind zwar von der Pandemie schwer betroffen, wissen aber auch, dass die Reisen lebensnotwendig sind, um das Geschäft wieder zu beleben. Die Travel Manager werden eine entscheidende Rolle spielen, um nach flexiblen Lösungen zu suchen und alle nötigen Informationen zusammenzustellen, damit die Firmenreisen ohne sanitäre Risiken wieder aufgenommen werden können.

Die Travel Manager müssen auf Technologie und Online-Fortbildung setzen und müssen sich mehr Informationen zur Gesundheit der Passagiere und der sanitären Lage in den Destinationen beschaffen

Die spanischen Firmen investierten im Jahr 2019 insgesamt 12,8 Milliarden Euro in Geschäftsreisen, wie eine Studie von **Gebta & Braintrust** belegt. Aufgrund der von COVID-19 ausgelösten Krise sind diese Ausgaben bereits um mehr als 58% zurückgegangen, glaubt die **Spanische Vereinigung der Travel Manager (AEGVE)**. Die Experten rechnen damit, dass man innerhalb von drei Jahren wieder auf die Ergebnisse von vor der Pandemie kommen kann. Die Unternehmen werden ihre Politik der Geschäftsreisen verändern und sie allein auf die wirklich unerlässlichen Reisen konzentrieren sowie auf die Notwendigkeit, dass es den Mitarbeitern gut geht.

Langsame Erholung

Die Rolle der Travel Manager muss „auf der Technologie und der Online-Fortbildung basieren, um die Veränderungen in den Organisationen zu verstehen und effizient umzusetzen“, erklärt **André Ibañez Cevallos**, verantwortlich für Fortbildung & Research bei der **AEGVE** und Global Travel & Events

Manager der Grupo MAXAM.

Zur Arbeit der Travel Manager wird es auch gehören, sich den neuen Regelungen zur Genehmigung von Reisen anzupassen; häufigere und detailliertere Vorberichte zu erstellen; Informationen zur Gesundheit der Reisenden und der sanitären Situation in den Destinationen zusammenzustellen; und die Zusammenarbeit mit den Reisebüros zu intensivieren.

Sowohl die Unternehmen als auch ihre Mitarbeiter sind sich einig, dass die meisten Reisen, die angetreten werden, unerlässlich fürs Geschäft sind, trotzdem ist der Rythmus der Reaktivierung sehr langsam. Voraussichtlich sind die Industrien, die als erste wieder reisen werden, die Bereiche, die von der Krise profitiert haben: Pharmazie, Nahrungsmittelindustrie, E-Commerce, Handel und Telekommunikation.

Gesundheit und Tourismus Hand in Hand

Im korporativen Bereich liegt der Schlüssel zur Erholung in der Schaffung von „Sze-

narien und Blasen des Vertrauens“. Ausschlaggebend wird die Transparenz bei den Sanitär- und Hygienemaßnahmen der Destinationen, Transportunternehmen, Hotels, Vermittler und Zusatzangebote sein.

Die Travel Manager werden nach Flughäfen und Providern suchen, die die Maßnahmen in Sachen Abstandsregeln, Desinfizierung und ärztlicher Notbehandlung erfüllen und werden auch Aspekte wie die Flexibilität bei Umbuchungen von Tickets auf andere Termine oder sogar andere Reisende aus der gleichen Firma oder die Ausstellung von Vouchern in ihre Entscheidungen einbinden. Im Bereich Hotellerie werden sie auf die Digitalisierung achten, um direkte Kontakte zu vermeiden, zum Beispiel das Ein- und Auschecken mit Hilfe von Apps und die Auswahl der Zimmer über virtuelle Realität.

Die Reisebeschränkungen zwischen einzelnen Ländern und die Auflagen zur Beschränkung der Kapazitäten werden dazu führen, dass sich die Branche mehr auf „kleinere Locations konzentrieren wird und darauf achten wird, ob bei Events hybride Lösungen angeboten werden“, sagt Ibañez Cevallos. Dadurch wird es zusätzliche Nachfrage bei Hotels geben, deren Meeting- und Konferenzsäle mit ausgezeichneter Technologie ausgestattet sind.

Geschäftsreisende sind „connected“ und wollen in Echtzeit an Informationen wie Sicherheitsempfehlungen oder den Status ihrer Buchung gelangen. Daher „haben intelligente Destinationen einen Vorteil im Hinblick auf die Herausforderungen dieser Krise, denn sie arbeiten weiter an einer Di-

versifizierung des Angebotes der Destination selber und an Produkten“.

Erste grüne Pflänzchen

„Im Moment stagnieren wir, wir rechnen mit einer Erholung innerhalb von zwei oder drei Jahren“, sagt André Ibañez Cevallos. Obwohl die Unternehmen bisher noch keine Reisen geplant haben, wollen alle die Reisetätigkeit wieder aufnehmen, weil sie fundamental für die Reaktivierung ihrer Geschäfte ist.

„Die korporative Reise schafft Vertrauen, humanisiert die Arbeit, steigert die Produktivität und ermöglicht die gegenseitige Abstimmung, indem man Ideen austauscht und Probleme löst. Bei diesen Reisen kann man die Körpersprache und die Ausdrücke der Personen sehen, das macht Geschäftsabschlüsse möglich“, erklärt der Verantwortliche für den Bereich Fortbildung & Research der AEGVE.

Die ersten Reisen, die wieder angetreten werden, werden kommerziellen Charakter haben, danach kommen Reisen zwischen Unternehmen, zu Fortbildungen und kleinen Meetings. Bis die Angst verschwindet, müssen Reisen zu Events mit Tausenden von Teilnehmern warten.

In den kommenden drei Jahren wird es „einen klaren Trend“ zu Ärzte-, Wissenschafts- und Technologiekongressen geben sowie zu Veranstaltungen mit sozialen oder ökologischen Anliegen. Die Vereinigung AEGVE glaubt, dass man dank solcher Events „das Image und das Vertrauen, das uns auszeichnete, wieder erlangen und neue Investoren und Geschäfte anziehen kann“.



Korporative Reisen werden sich nur langsam erholen, es wird sie aber wieder geben, denn sie sind ausschlaggebend für die Reaktivierung des Geschäfts der Unternehmen.

Im Moment stagnieren wir, wir rechnen mit einer Erholung innerhalb von zwei oder drei Jahren“, je nach Entwicklung des sanitären, wirtschaftlichen und sozialen Umfeldes auf spanischer und internationaler Ebene, kommentiert André Ibañez Cevallos

Meetings in Hybridform, im Freien oder individuelle Incentives sind einige Optionen

Die Stadthotels erfinden sich neu mit Blick auf das Profil des MICE-Gastes, das die Pandemie hervorgebracht hat

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com
@vivi_hinojosa

Die Pandemie hat die Widerstandskraft und die Kapazität der Hotelketten, sich neu zu erfinden, auf die Probe gestellt. Gleichzeitig wurden Prozesse beschleunigt, um auf die neuen Bedürfnisse der Nachfrage in allen Bereichen, vor allem bei MICE, eingehen zu können. Einige gab es schon vorher, und vor allem werden sie auch danach erhalten bleiben. Kürzere Reisen, limitierte Kapazitäten bei hybriden Events. Sind die Hotels darauf vorbereitet?

Die MICE-Hotels müssen „neu überdenken, welches Produkt sie anbieten wollen, um die Möglichkeiten der virtuellen Meetings zu nutzen und Einnahmen zu generieren“. Dazu gehören „die neue Nutzung von Locations und eine engere Zusammenarbeit mit Technologiedienstleistern, um den neuen Anforderungen gerecht zu werden“. Das ist die Empfehlung von **Lucie Chmelikova**, Mitglied des Global Competence Center der **Boston Consulting Group**.

Das Profil der Kunden, die Stadthotels aufsuchen, hat sich aufgrund der Pandemie drastisch verändert, wie **Nicolás Leixà**, kaufmännischer Leiter der **Ser-**

cotel Hotel Group festgestellt hat. Die Kette richtet sich mit ihren Stadthotels an „einen Kunden der in einem Radius von zwischen zwei und fünf Stunden Autofahrt lebt, selbständige Berufstätige oder Techniker von Branchen, die nicht lahmgelegt wurden, wie zum Beispiel die Nahrungsmittelindustrie“. Für sie haben die Hotels Produkte wie „Zimmer mit Büro oder Zimmer mit Fitnesscenter“ geschaffen und sind damit auf ein Bedürfnis eingegangen, das sich schon vorher andeutete, denn „die Nutzung des Hotelzimmers muss flexibler werden“.

Das gleiche passiert bei **Only You Hotels**. Die Kette hat einen sehr „lokalen“ Gast, wie der Leiter für Sales und

Marketing, **Alfonso Pérez**, erklärt. Der Gast komme oft sogar aus der selben Stadt „und sucht neue Erlebnisse in seiner gewohnten Umgebung“. „Wir haben eine Marktnische gefunden, für die es vorher nichts gab; Unternehmer und Investoren, denen wir einen Mehrwert bieten wollen, indem sie Rentabilität des nicht Greifbaren erhalten“.

Eine weitere neue Nische entsteht dadurch, dass in vielen großen Firmen nicht mehr in den Büros gearbeitet wird. Daher bietet die Kette „ein ähnliches Produkt wie die Gourmetschecks, damit die Mitarbeiter flexible Arbeitsplätze bekommen“, so Pérez. „Tatsächlich ist es eine Weiterent-

wicklung der Art von Gästen, die wir schon in der Lobby zum Beispiel des Hotels **Only You Atocha** hatten. Viele Leute kamen schon vorher, um von hier aus zu arbeiten. Jetzt bieten wir ihnen sichere Räume, um das weiterhin zu tun“.

Diese Nischen geben den Anstoss zur Erholung...

Obwohl **Fernando Vives**, kaufmännischer Leiter der **NH Hotel Group**, bestätigt, dass „vor September 2021 keine Tagungen und präsenziellen Fortbildungen der großen Firmen stattfinden werden“, sagt er auch, „die kleinen und mittleren Unternehmen bewegen sich schon wieder und es gibt Industriezweige, die reisen müssen und die entsprechenden Kapazitäten haben“.

Die unmittelbare Zukunft von MICE sind nach Ansicht von Vives die „individuellen Reisen der Mitarbeiter großer Unternehmen, natürlich immer, wenn die sanitäre Sicherheit garantiert ist; sowie lokale Event mit kleinen Gruppen und hybride Events, zu denen man sich aus verschiedenen NH-Hotels virtuell zuschalten kann“, die auf entsprechende Technologien gesetzt haben.

... und diese Produkte helfen dabei

Nicht von ungefähr stellt die NH Hotel Group dem MICE-Segment die neuesten Technologien zur Verfügung. Entsprechende Produkte sind zum Beispiel hybride Meetings und Events: **Hybrid Meeting by NH** ermöglicht es, dass große oder kleine Teilnehmergruppen an verschiedenen Orten der Welt zusammenkommen können – zum Teil präsenziell, zum Teil online; natürlich stets unter Beachtung der in jedem Land geltenden Sicherheitsprotokolle.

In Spanien hat die Gruppe sich mit **BMotion Audiovisual** zusammengetan, um in ihren Hotels ein Netz an festen Kulissen einzurichten, um für alle Arten spontaner Events vorbereitet zu sein. Dafür gibt es auch spezielle 3D-Umgebungen. So kann der Gast die Annehmlichkeiten eines präsenziellen Events genießen und hat gleichzeitig alle Vorteile der virtuellen Veranstaltung.

Ein weiteres Angebot in Hotels ist die Möglichkeit, kleine Veranstaltungen im Freien zu organisieren und damit den Auflagen des Abstandhaltens und der Lüftung gerecht zu werden. So fördert zum Beispiel **Accor** die Nutzung

der Außenanlagen der Hotels in Spanien und Portugal mit dem Konzept **“Open Air Meetings”**. Bei Meetings auf Terrassen und in Gärten kann man mehr Sicherheit für die Teilnehmer garantieren. Ergänzend dazu gibt es ein gesundes Gastronomiekonzept im individuellen Picknick-Format. Auch **Meliá Hotels International** bietet die Möglichkeit von Veranstaltungen im Freien und hat aufgrund der Einschränkungen der Reisemöglichkeiten für Gruppen individuelle Incentivereisen für Einzelpersonen entwickelt. Dazu kommt ein innovatives Produkt der Telearbeit für weite Entfernungen.

Das **Artiem Madrid** bietet private Räumlichkeiten, Bereiche für Coworking und informelle Meetings, sowie Räume für Privates Wachstum und Entwicklung, die perfekt für Meetings sind. **Room Mate Hotels** bietet in Kooperation mit **QuirónPrevención** bereits die Möglichkeit, die Teilnehmer bei Events in den Hotels einem Schnelltest zu unterziehen. Das sind nur einige Beispiele dafür, wie innovativ Ketten und Hotels sind, um Vertrauen zu gewinnen und dieses sensible Tourismussegment wieder zu aktivieren. ■



Das Hotel Madrid Marriott Auditorium, dessen Räumlichkeiten für Events zu den größten Europas gehören, wurde am 1. September wieder eröffnet, vor allem für individuelle Gäste.

Die Innovation wird zur neuen Grundlage für das Flugerlebnis der Passagiere

Die Airlines nutzen Biosicherheit, Flexibilität und Anti-COVID-19-Technologien

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv
diana.ramon@hosteltur.com

Die Pandemie, die durch COVID-19 ausgelöst wurde, hat Gesundheit, Sicherheit und Sanierung ganz oben auf die Liste der Prioritäten des Flugerlebnisses gesetzt. Während die Passagiere nach und nach wieder anfangen, zu fliegen, kommen neue innovative Initiativen der Fluggesellschaften auf, um den Kunden und Besatzungen in allen Phasen des Fluges Sicherheit zu bieten. Es geht darum, das Vertrauen in sicheres Reisen wieder herzustellen.

Sicherheitsmaßnahmen wie die Nutzung von Mund-Nasen-Schutz, Desinfektionsflüssigkeiten, fortschrittliche Desinfektions- und Reinigungsmethoden oder neue Technologien, die den Kontakt zwischen den Passagieren und mit dem Personal der Fluggesellschaften und am Flughafen vermeiden, ersetzen viele Dienstleistungen, die Teil der Flugerfahrung in der Zeit vor COVID war.

Die meisten Fluggesellschaften haben ihre Politik zu Umbuchungen flexibler gestaltet und haben ihre Tarife zur Mitnahme von Gepäck aktualisiert. Einige erlauben zum Beispiel keine Mitnahme von Kabinengepäck, um den Kontakt mit der

Besatzung oder mit anderen Passagieren zu vermeiden.

Eine weitere Initiative, die in der Flugindustrie immer weiter verbreitet ist, sind Abkommen mit Labors, um den Kunden Corona-Tests zu besseren Preisen anbieten zu können, wenn man aufgrund der Bestimmungen am Reiseziel ein negatives Testergebnis der letzten 48 bis 72 Stunden vorlegen muss.

Sicher und flexibel

Iberia hat eine Reihe neuartiger und nachhaltiger Lösungswege für die tägliche Desinfektion der Kabinen und der Maschinen eingeführt. Für die Reinigung

der Flotte auf der Kurz- und Mittelstrecke wird aus elektrostatischen Pistolen ein feiner Staub geschossen, der sogar schlecht zugängliche Bereiche der Arm- und Kopflehnen, der Tablett, WCs und anderer Kabinenbereiche erreicht und desinfiziert. Die Gesellschaft bietet ihren Kunden außerdem die Möglichkeit von Covid-19-Tests nach Voranmeldung zu bezahlbaren Preisen an.

Die neue Politik von **Vueling** bietet totale Flexibilität bei Umbuchungen, sowohl, was das Datum, die Strecke und sogar den Namen der Passagiere bis 48 Stunden vor Abflug angeht. Der Kunde erhält automatisch einen Gutschein in Höhe von 100% des Flugpreises, der innerhalb der folgenden 18 Monate jederzeit eingelöst werden kann. Auch die Gepäckbestimmungen haben sich geändert, die Zahl der Gepäckstücke in der Kabine ist begrenzt, um den Ein- und Aussteigevorgang zu beschleunigen. Es handelt sich um einen à-la-carte Service mit einem kostenlosen Gepäckstück an Bord, das unter dem Vordersitz verstaut werden kann, weiteres Gepäck kann man kostenlos aufgeben, es sei denn, man bucht teurere Tarife.

Air Europa hat den neuen Flex-Tarif eingeführt, der alle notwendigen Umbuchungen des Datums ohne Aufpreis ermöglicht und kostenlose Sitzplatzbuchung umfasst. Man bezahlt nur die Differenz des Tarifs, für Kostenerstattungen gibt es maximale Erleichterungen. Die Fluggesellschaft überreicht allen Passagieren einen Mund-

“

Biosicherheit und Technologie helfen dabei, Neuerungen an Bord einzuführen, die wahrscheinlich auch nach COVID-19 bestehen bleiben werden

Nasen-Schutz für die Nutzung an Bord, um die Maske, die sie seit Ankunft am Flughafen trugen, wechseln zu können.

Air France erlaubt den Kunden, die ihre Reise stornieren wollen, ohne Vorlage von Belegen kostenlos Datum und Reiseziel zu ändern, es sei denn, es gibt Unterschiede beim Tarif. Alternativ können sie einen Voucher erhalten. Diese Maßnahmen gelten bis zum 31. März 2021. Wenn die Fluggesellschaft den Flug storniert, kann der Kunde die Reise für ein Datum und Reiseziel seiner Wahl umbuchen, die Rückerstattung des Reisepreises verlangen oder einen Voucher erhalten, für den er ebenfalls eine Rückerstattung erhält, sollte er ihn nicht einsetzen. Die französische Gesellschaft hat ein Abkommen mit französischen Labors, damit ihre Kunden vor Abflug und nach Terminabsprache einen Test machen können.

Lufthansa, Swiss und Austrian Airlines erweitern ab dem Frühjahr 2021 ihre Dienstleistungen für die Passagiere in der Touristenklasse. Sie können dann auf der Kurz- und Mittelstrecke Essen und Getränke an Bord kaufen, die in einigen Fällen regionaler Herkunft sind.

KLM hat für das Catering an Bord einen Roboter eingeführt, der Essen für die Gäste in der Touristenklasse zubereitet. Der Präsident und CEO des Unternehmens, Pieter Elbers, hat dies initiiert und macht es mit KLM Catering Services (KCS) zur weltweit einzigen Firma, die einen Roboter dieser Art betreibt. Das neue System hilft, Kosten zu senken und wird das Essens-Tablett besser anpassen, mit mehr Qualität, Flexibilität und Fokus auf den Gast. Mit Hilfe verschiedener Tablett kann man den Gästen ein breiteres Angebot servieren.

Transavia, die Low-Cost-Gesellschaft der Gruppe **Air France KLM**, ermöglicht es in einer einzigartigen Zusammenarbeit mit JustEast, dass Passagiere sich ihr Essen ans Flugzeug bestellen, da dieser Service an Bord nicht mehr angeboten wird. Das Essen wird vom holländischen Catering iFleet zubereitet. Auf der Website der Fluggesellschaft sind die Routen, für die der Service verfügbar ist, ersichtlich. ■



Air Europa: Säuberung und Desinfektion der Kabine mit Ozon.

Transavia bietet Take-Away-Essen an der Flugzeuggtür.

Flexibilität, Kostenkontrolle und Anpassungsfähigkeit sind die Werkzeuge

Die Reisebüros kämpfen vereint und mit Einsatz neuer Tools ums Überleben

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die Situation ist so schlimm, dass die meisten Firmen mit dem Rücken zur Wand stehen. Die Aktivität ist generell so stark zurückgegangen, ist immer noch auf einem sehr niedrigen Niveau, und es wird dauern, bis wieder ein vernünftiges Volumen erreicht wird“, kommentiert **Juan Carlos González**, Präsident der **GEBTA**. Er unterstreicht die Arbeit der CEAV im Kampf dafür, „zu schaffen, dass alle möglichen Maßnahmen auch auf das Kollektiv der Agenturen ausgedehnt werden“ und erinnert daran, wie man sich am Anfang auf die Kostenkontrolle konzentrierten, „mit dem Ziel, die Aktivität mit geringstmöglichen Verlusten wieder aufzunehmen“. Diese Strategie war anfangs „für ein Szenario einer kurz andauernden Pandemie“ angelegt. Vor dem Sommer gab es Hoffnungen auf eine Erholung, „sowohl im Bereich der Urlaubs- als auch der Geschäftsreisen“. „Die Privatwirtschaft unternahm große Anstrengungen, um Hotels zu öffnen und Produkte auf den Markt zu bringen, aber in Wirklichkeit sind wir wieder in der Anfangsphase, mit Null Return für diese Anstrengungen“. Dabei dürfe man nicht vergessen, dass große Anstrengungen im Hinblick auf Kunden-

betreuung gemacht wurden: „Ich hoffe, dass diese Fokussierung auf den Kunden, für die man kein Geld bekommt, in Zukunft, wenn das hier alles vorbei ist, zeigt, welchen immensen Mehrwert die Reisebüros bieten“.

Für die kommenden Monate gibt es die Strategie der „3R“ von Professor Antón Costas: Standhalten, Erholen, neu Erfinden (spanisch: Resistir, Recuperarse, Reinventarse). Unglücklicherweise „werden nicht alle Firmen diesen Weg gehen können“. Die Kapazität, standzuhalten und die Lage zu überstehen „ist sehr unterschiedlich bei den Unternehmen der Branche, und dabei werden leider viele Agenturen auf der Strecke bleiben“.

Diejenigen, die die erste Phase überstehen, „haben noch einen langen Weg vor sich, denn abgesehen von allem anderen werden sich die Szenarien und der Markt verändert haben“. Im Bereich der Geschäftsreisen wird es ausschlaggebend sein, ob man „die Karte der Digitalisierung gut gespielt hat“ und „genügend flexibel ist, um sich einem instabilen, wechselhaften Szenario anzupassen und das richtige Geschäftsmodell findet“. „Wir bei GEBTA arbeiten seit 2018 an der Umwandlung der Geschäftsmodelle, diese Arbeit an der Theorie ist in Momenten wie diesem äusserst nützlich, denn wir haben dadurch Zeit und Perspektive gewonnen“.



In der Welt des Sports gibt es weiterhin Möglichkeiten für die Agenturen. Spieler von Celta de Vigo nach der Unterzeichnung des Abkommens mit Halcón Viajes im Oktober.

Neu erfinden und erneuern

Andererseits erklärt der CEO von Nautalia Viajes, Rafael Garrido, die Strategie seiner MICE-Abteilung besteht in der „Anpassung an eine digitale und virtuelle Umgebung, die die Entwicklung aller Arten von Events in attraktiven und spektakulären Formaten ermöglicht“. Sein Unternehmen setzt auf rein virtuelle oder hybride Formate, bei denen nur die Referenten in einer bestimmten Kulisse oder in der für das Event gewählten Location anwesend sind. Dazu kommen geprüfte und zertifizierte Voting-Tools „mit einer starken Inszenierung mit Videos, 3D etc“. „Wir setzen mit unserer MICE-Abteilung auch auf die Organisation von Sportteams, die für ihre Tätigkeit reisen müssen, insofern ist diese Kundengruppe nicht vom COVID-Kontext betroffen“.

Juan José Hernández, spanienweiter Direktor von **Globalia Meetings & Events**, erklärt, die neuen Umstände haben die Unternehmen gezwungen, ein neues Geschäftsmodell zu erfinden“. „Wir müssen uns der Situation mit innovativen Alternativen anpassen, wobei wir natürlich immer an die Sicherheit unserer Kunden und unseres Teams denken. Wie bei allen großen Ereignissen stehen wir vor Problemen und unvorhergesehenen Wendungen, daher ist Vorauplanung enorm wichtig“. Zu den Strategien von Globalia gehört die Erlebnisplattform GlobalBox, die das unternehmerische Umfeld weiter motivieren soll,

“
Die Branche hat alles gegeben, hat aber dabei nicht genügend öffentliche Hilfe oder Unterstützung erhalten, wie es in anderen Ländern wie Frankreich oder Italien der Fall war, die zum Beispiel Inlandsreisen förderten“, meint der Präsident von GEBTA

indem sie speziell entworfene Möglichkeiten anbietet, die den Anforderungen jedes einzelnen Nutzers anzupassen sind.

Für Globalia ist auch die Initiative der Vereinigung I'm sehr wichtig, in der sich 40 Reisebüros zusammengeschlossen haben. Dazu kommentiert **Juan del Hoyo**, CEO von **Viajes Azul Marino**, dass sich die Vereinigung neben vielen anderen Dingen dafür einsetzt, „billigere PCR-Tests zu bekommen oder mit den Hotelketten zu arbeiten, damit überall die Standards ganz klar sind“. Das Unternehmen Azul Marino entwickelt eine Strategie zur Kontrolle der Kosten, Maximisierung der Einnahmen, langfristige Sicherstellung des Überlebens und die Fürsorge für die Mitarbeiter: „Es geht darum, alle am Ball zu halten, nicht nur in der Firma, sondern auch emotional mit dem Projekt“. Im Bereich Business Travel hat die Firma eine gemeinsame Kampagne mit **Avasa** eingeleitet.

Der Generaldirektor für den Bereich **Corporate bei Ávoris**, Juan Carlos González, erklärt, dass BCD „die erste Agentur mit einem ‘Security Manager’ und einem End-to-End-Produkt für die Sicherheit beim Reisen“ ist: „Unser Security Pack“. „Wir haben auch eine neue Marke für den Bereich Kongresse, nämlich Bco-Nnects. Darüber werden große virtuelle oder gemischte Kongresse organisiert, ebenso Bubble-Events wie das ACB-Finale im Basketball“.



Die Zentren suchen nach Formeln, um weiterhin Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen

Andalusien kämpft dafür, die Wettbewerbsfähigkeit der MICE-Branche zu erhalten

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Der Kongress- und Eventtourismus ist und bleibt eine Priorität für Andalusien, wie man am Einsatz der Behörden erkennen kann, die diesen Bereich weiter unterstützen. Angefangen bei der **Regierung von Andalusien**, die die Fachleute bei verschiedenen Terminen unterstützt hat. Ein Beispiel dafür ist die virtuelle ITBM World: „Angesichts der unglaublichen Krise, die die Branche durchlebt, wollten wir die Unternehmen unterstützen und haben ihnen die kostenlose Teilnahme angeboten“, erklärt Turismo Andaluz. Málaga war einer der Austragungsorte des virtuellen weltweiten Events **ICCA Hub Regional Congress Málaga**, der von Turismo Andaluz, **Costa del Sol Convention Bureau** und **Turespaña** gesponsort wurde. Im Rahmen des Abkommens über Zusammenarbeit 2020 zwischen dem Ministerium für Tourismus und Sport von Andalusien und **Prodetur** wurden im Oktober Präsentationen

und Roadshows zusammen mit dem **Sevilla Congress and Convention Bureau** durchgeführt, und im November schaffte man es, den Tourism Innovation Summit als Hybridveranstaltung durchzuführen und strengt sich sehr an, diesen zu einem festen Event im Bereich der Innovation zu machen. Die Hauptstadt kämpft dafür, die Events den aktuellen Umständen an-

„*Fibes hat von der Stadtverwaltung Unterstützung in Höhe von 2,5 Millionen Euro in Form einer Kapitalerweiterung der Gesellschaft Contursa erhalten, um die geringeren Einnahmen zu kompensieren*“

zupassen. „Wir versuchen, Meetings zwischen Fachleuten und damit die Komponente der Businesstransaktionen zwischen den Teilnehmern zu fördern“, erklärt der Geschäftsführer von **Fibes, Antonio Jiménez**. Termine, die in den letzten Jahren einen wichtigen sozialen Inhalt hatten, konzentrieren sich jetzt mehr auf den Aspekt des Geschäfts oder des Wettbewerbs, wie es etwa bei Sicab der Fall war.

Der gastronomische Teil der Events ist sehr eingeschränkt worden und ist aus dem Bereich der Meetings ausgelagert worden, um die Sicherheitsabstände zu garantieren. Auch habe man große Fortschritte bei Online- und Hybridevents gemacht, die „eine neue Einnahmequelle sind“. „Sie sind ein bisschen wie das Modell der Präsentation des Plan8, für den wir in einem der großen Salons eine Art TV-Kulisse aufbauten, von wo aus digital übertragen wurde, ein kleines Publikum war anwesend“.

Good Practices
Im **Málaga Convention Bureau** sagt **Francisco Quereda**, Berater des Bür-



ERWEITERE DEINE NETZE
intensiv

YouHier knüpfst du keine Kontakte, hier verbindest du dich mit allem.

Denn leben ist nicht dasselbe, wie **intensiv** leben.



Potenzriere deine Kongresse und Conventions auf andalucia.org

germeisteramt für das Kongress-Management, man konzentrierte sich auch darauf, „an der Seite der Mitglieder zu stehen, sie in diesen so schweren Momenten zu unterstützen und sie in die Strategie zur Reaktivierung der Destination einzubinden“. „Die Organisation eines der vier weltweiten Hubs des ICCA Congress 2020, zusammen mit Costa del Sol und Turismo Andaluz, war ein wichtiger Schritt für die Positionierung Málagas als sicheres Reiseziel, an dem sich die europäischen

Konsolidierung des Kongress- und Messekalenders und der Ausweitung des internationalen Geschäfts. Quellen des Fycma erklären, das Zentrum „ist mit der festen Verpflichtung in den letzten Teil des Terminkalenders 2020 gestartet, mehr denn je an der Seite der produktiven Wirtschaftsbranche zu stehen“. Die Anlage will „ein nützliches Mittel im Prozess der wirtschaftlichen Reaktivierung sein, um weiterhin Wohlstand, Geschäftsmöglichkeiten und Arbeitsplätze zu schaffen“.

hatte, entsprechend des wachsenden Interesses für den Kongresstourismus in der Provinz in den letzten Jahren. Die Organisatoren wenden „streng“ die Sicherheitsprotokolle an, gleichzeitig sei man flexibel bei Verschiebungen, Absagen oder Zahlungszielen für die Events. Man setzt ganz klar auf Locations unter freiem Himmel, die sich zum Teil an ganz besonders reizvollen Orten befinden, sowie auf Fam-Trips, die den aktuellen Umständen angepasst sind.



Fycma hat große Anstrengungen unternommen, um die Räumlichkeiten anzupassen und die Digitalisierung voranzutreiben.

MICE-Vertreter treffen können“. Im September startete die Stadtverwaltung „sehr erfolgreich“ mit Antigentests bei den wichtigsten MICE-Veranstaltungen wie Messen und Kongresse, um mögliche Ansteckungen zu erkennen. „Der Weltkongress der ICCA hat die Testung der Teilnehmer am Kongress in Málaga als Beispiel für Good Practices aufgenommen“. In Málaga fanden 2019 mehr als 300 Kongresse statt, die Hotelbelegung stieg dabei auf fast 80%. Das Kongresszentrum **Fycma** erzielte Rekordergebnisse mit 400.000 Teilnehmern an 183 Events. Das Jahr war gekennzeichnet von der

Abgesehen von der Anpassung an neue Formate hat man große logistische und organisatorische Anstrengungen unternommen: breitere Gänge, Beschilderung der Bewegungsströme, Begrenzung und Anpassung von Räumlichkeiten und die Priorisierung offener Stände und Aufbauten.

Flexibilität und Technologie
Der verantwortliche Techniker des **Cádiz Convention Bureau, Ignacio Santiago**, sagt, das Tourismuspatronat plant unter anderem die Schaffung einer Arbeitsgruppe für MICE-Tourismus, die man schon vor der Pandemie geplant

Der Generaldirektor der **Cámara de Almería, Víctor Cruz**, hebt ebenfalls hervor, welche Anstrengungen man im Hinblick auf Sicherheitsmaßnahmen, Technologien für virtuelle Veranstaltungen sowie die Nutzung der Kongresseinrichtungen der Provinz für andere Zwecke – Examen, Personalauswahlverfahren oder Firmenmeetings – unternommen hat. Dennoch ist er der Ansicht, es sei wichtig, noch mehr für dieses Segment in Almería zu werben, auch wenn man bereits Aktionen ins Leben gerufen habe, die sich an Bereiche wie Landwirtschaft, Religion oder Gastronomie richten. ■



CÓRDOBA

· MICE DESTINATION ·
· WHERE MEETING AGAIN HAPPENS ·



PR

Sevilla setzt auf die Innovation in einer konsolidierten Destination

Das Jahr 2019 wurde in der Stadt Sevilla mit einer Rekordzahl von 3,12 Millionen Besuchern in Hotels und Apartements und insgesamt 6,7 Millionen Übernachtungen abgeschlossen – 5,33% mehr als im Jahr 2018. Die Belegung betrug 77,03%.

Die Stadt hatte dank großer Events wie der Gala MTV Europe, der Premios Goya oder des World Travel & Tourism Council ihre Positionierung im MICE-Segment erheblich gestärkt und die Erwartungen waren sehr optimistisch. Im Bereich der Kongresse hatte Sevilla es in die weltweiten TOP 100 der Kongress-Städte des ICCA-Rankings geschafft und war damit 26 Plätze nach oben geklettert, nachdem im Kongresszentrum FIBES Kongresse mit über 6.000 Menschen stattgefunden hatten.

Die Corona-Krise stellt einen Wendepunkt dar und beschleunigte die Destination im Bestreben, Governance, Innovation und Nachhaltigkeit zur Grundlage ihrer Arbeit in den kommenden Jahren zu machen.

Das beste Beispiel dafür ist vielleicht die Durchführung des ersten Tourism Innovation Summit im vergangenen November im FIBES.

Es handelte sich um eine Hybridveranstaltung mit allen sanitären Garantien, an der 1.263 Teilnehmer aus 16 Ländern präsenziell teilnahmen, fast 4.000 waren über Streaming verbunden. Hierbei einigte man sich auf das erste Manifest zur Wiedergewinnung des Tourismus und die weltweiten Branchenführer stellten ihre Vorschläge vor, um die Reaktivierung und Umwandlung dieser Industrie durchzuführen.

Ein großer Schritt und ein Beispiel dafür, wie man in der aktuellen Situation arbeiten muss. Es ist geplant, der Ver-



anstaltung in Kürze Kontinuität zu geben, denn CONTURSA arbeitet an der Vorbereitung anderer Events in strategischen und innovativen Bereichen wie Aeroespacial, Blue Economy oder Wissenschaft und Gesundheit.

Der Plan 8 für Touristische Impulse, den die Stadtverwaltung angeregt und im Juni gestartet hat, zeigt die Beweglichkeit und Kohäsion zwischen öffentlichem und privatem Bereich. Er legt eine Reihe von Aktionen fest, die in Sevilla kurz-, mittel- und langfristig in Angriff genommen werden sollen, wobei man auch die digitale Variable berücksichtigt.

Sevilla ist ein konsolidiertes MICE-Reiseziel. IBTA ernannte sie zur besten Stadt für Kongresse und Events, das

Portal EventMB nennt Sevilla eine der 25 wichtigsten Städte weltweit für dieses Segment.

Der Katalog der Locations in der Stadt ist, der Situation zum Trotz, in diesem Jahr erweitert worden. So gibt es neben dem großen Hotelangebot und den reizvollen Stadtpalästen diverse weitere Optionen wie zum Beispiel die Nachbildung des Schiffes Nao Victoria, das auf dem Guadalquivir liegt.

Die Stadt ermöglicht die Nutzung wichtiger öffentlicher Plätze und Einrichtungen für die Durchführung professioneller Veranstaltungen, darunter zum Beispiel die Plaza de España, das Casino de la Exposición oder das Besucherzentrum Marqués de Contadero. Sevilla Venues hat dank wichtiger Zertifizierungen FIBES als Sichere Location positioniert: Safe Tourism Certified, Global Safe Site und das WTTC-Siegel, Safe Convention Centre.



INFORMATIONEN:

www.fibes.es
congresos@fibes.es

ARA

Mit Hilfe von Technologie, offenen Räumen und Protokollen organisieren die Mitglieder von Zaragoza Congressos Kongresse und Tagungen

Zaragoza veranstaltet total sichere Events

Zaragoza war auf dem besten Wege, 2020 einen neuen Rekord für den Kongresstourismus aufzustellen, aber aufgrund der Pandemie fanden nur 14% aller geplanten Veranstaltungen statt. **Zaragoza Congressos** hat sich der Lage angepasst und es geschafft, nach dem Sommer sichere Events zu organisieren und neue Termine für die verschobenen Veranstaltungen festzumachen.

In Zaragoza fanden 2019 insgesamt 530 Events statt, 1,7% mehr als im Vorjahr. Dazu kamen 128.000 Teilnehmer, die direkten und indirekten Einnahmen beliefen sich auf 100 Millionen Euro, wie aus einer Studie der **Universität Zaragoza** hervorgeht. Die Teilnehmer und Organisatoren bewerteten Zaragoza mit 8,46 von 10 Punkten.

Für 2020 hatte man einen Rekord für den Business-tourismus in Zaragoza erwartet, man rechnete mit einem Plus von 10% im Vergleich zum Vorjahr. Geplant waren viele wichtige Events, was die Größe, Internationalität und Bedeutung angeht, zum Beispiel der Weltkongress des Verbandes von Zeitungen und Nachrichtenvermittler, der Kongress CIDEU Zaragoza des Ibero-amerikanischen Zentrums für Strategische Städteentwicklung oder der spanische Kongress SEMERGEN für

Notfallärzte. Weiterhin waren Kongresse der medizinischen Gesellschaften für Radiologie, Allergologie und Ernährung vorgesehen. Aber COVID 19 kam, und alles kam anders. Die meisten geplanten Events konnten nicht stattfinden mit Ausnahme der, die vor dem 15. März schon durchgeführt waren. Nur 14% aller geplanten Events fanden statt. „Glücklicherweise haben wir es geschafft, dass die meisten für 2021 oder 2022 verschoben wurden“, so ein Sprecher von **Zaragoza Congressos**.

Schnelle Anpassung

Die Mitglieder von Zaragoza Congressos haben nicht nur die notwendigen Sicherheitsmaßnahmen und -zertifikate zum Schutz vor COVID 10 eingebunden, sondern haben auch die entsprechenden Technologien, um hybride und virtuelle Events durchzuführen. So arbeitet man weiterhin daran, dass Zaragoza eine der wichtigsten MICE-Destinationen des Landes bleibt.

Die Stadt verfügt über große Anlagen mit Aussenbereichen, ausgedehnte Hotelterrassen sowie Parks und Naturgebiete wie den Wasserpark Luis Buñuel im Expo-Bereich oder den Park José Antonio Laborde in der Nähe des Au-

ditoriums, in denen man Events unter freiem Himmel organisieren kann.

Das Convention Bureau von Zaragoza hat zwei Dossiers mit allen technologischen und sanitären Maßnahmen seiner Mitglieder erstellt, um weitere Impulse für MICE in der Hauptstadt von Aragón zu setzen.

Nach dem Sommer war bereits eine gewisse Reaktivierung spürbar. Die Events, die stattfanden, haben gezeigt, dass es möglich ist, sie unter Beachtung der gesundheitlichen Auflagen völlig sicher durchzuführen. Der Kongress Live-med mit 120 Hausärzten fand präsenziell im Palacio de Congressos de Zaragoza statt. Zur ersten Tagung zur Historischen Novelle der Stadt Zaragoza kamen an den fünf Tagen 1.000 Teilnehmer in das einzigartige Gebäude der Caja Rural de Aragón und wurden dabei in Gruppen mit je 250 Personen unterteilt.

Zaragoza Turismo war das erste spanische Tourismuspatronat, das im Frühjahr das Sicherheitszertifikat von **AENOR** erhielt. Dieses Zertifikat umfasst das Auditorio-Palacio de Congressos de Zaragoza, die Theater Principal und del Mercado, die drei Tourismusbüros, den La Lonja Palast, das Centro de Historias und die Museen Pablo Gargallo, Teatro Romano, Foro Romano, Termas Romanas und Puerto Fluvial.

Das ZCB betont, dass die Stadt und die autonome Region Aragón jederzeit total transparent mit den Ansteckungszahlen mit COVID-19 umgegangen sind. Zaragoza Congressos verpflichtet sich dazu, die Organisatoren und Teilnehmer an geplanten Events zu warnen und zu informieren, sollte eine Gefahr für ihre Sicherheit und Gesundheit bestehen. ■



Eine kürzlich im Palacio de Congressos de Zaragoza mit entsprechenden Sicherheitsmaßnahmen durchgeführte Veranstaltung.



Oviedo arbeitet weiter daran, Kongresse und Tagungen ganzjährig aufnehmen zu können

Asturien kümmert sich um die Kongressteilnehmer und unterstützt die MICE-Branche

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Das **Oviedo Convention Bureau** hat keine Minute verloren. „Während der Zeit, in der wegen der Pandemie die Aktivität lahmgelegt war oder nur in sehr kleinem Rahmen stattfinden konnte – in den meisten Fällen wurden Veranstaltungen auf nächstes oder die folgenden Jahre verschoben – hat sich der **Stadtrat für Hotellerie, Tourismus und Kongresse von Oviedo** sich in die Aufgabe gestürzt, alle notwendigen Maßnahmen und Protokolle einzuführen, um die Locations und Dienstleistungen sicher zu machen“, erklärt **Ángeles Solís** von der Abteilungsleitung für Tourismus und Kongresse der **Stadt Oviedo**.

Diese Maßnahmen wurden „mit allen Details und maximaler Rigorosität“ im Palacio de Exposiciones y Congresos, im Auditorio Príncipe Felipe, im Albergue de Peregrinos und im städtischen Büro für Tourismusinformation eingeführt. „Dank dieser Maßnahmen und der Weitläufigkeit ihrer Installationen haben im Palacio de Congresos und im Auditorium diverse Veranstaltungen stattgefunden, als die Gesundheitsbehörden wieder grünes Licht gegeben hatten. In der ganzen Zeit wurde bei keiner Veranstaltung, die hier stattfand, eine Ansteckung registriert“.

Im Jahr 2019 fanden allein in den öffentlichen Einrichtungen der Stadt – das Auditorium und vor allem der Palacio de Exposiciones y Congresos – mehr als 100 Kongresse statt, vor allem im Frühjahr und im Herbst, „wenngleich wir es geschafft haben, dass es keinen einzigen Monat im Jahr gibt, in dem kein derartiges Ereignis stattfindet“. Im Januar und August wurden sogar leichte Zunahmen festgestellt. Zu den rund 100 Veranstaltungen kamen 54.000 Teilnehmer. Beide Einrichtungen kombinieren diese geschäftlichen Ereignisse mit Kulturprogrammen, so dass im Jahr 2019 das Auditorium an 282 Tagen und das Kongresszentrum an 215 Tagen genutzt wurde. Bei den Wirtschaftszweigen herrscht zwar immer noch der Gesundheitsbereich vor, aber man erkennt dennoch eine gewisse Diversifizierung mit Events aus anderen Bereichen und mit mehr und mehr Tagungen. „Die große Unterstützung der Stadtverwaltung für die MICE-Tätigkeit in der Stadt zeigt sich zum Beispiel bei der Ausschreibung von Subventionen – so

wurden 270.000 Euro unter 34 Antragstellern verteilt, auch wenn das nicht die einzige städtische Hilfestellung ist“. Auch Gijón schaffte es 2019, die steigende Tendenz beizubehalten, die schon 2015 eingesetzt hatte. Von Jahr zu Jahr wurden bessere Ergebnisse im fünfstelligen Bereich verzeichnet, immer mit Veranstaltungen, die den Kriterien des Spain Convention Bureau entsprechen: Kongresse, Tagungen und Meetings, ohne in die Ergebnisrechnung andere Veranstaltungen oder Messen einzurechnen. Auch die Zahl internationaler Events stieg an.



Oviedo ist Sitz wichtiger Events. Foto: Fundación Princesa de Asturias (FPA-Iván Martínez).

Daniel Martínez, Direktor von **Gijón Turismo**, erklärt: „Sowohl der öffentliche als auch der private Bereich haben von Anfang an enorme Anstrengungen unternommen, um die notwendigen Protokolle zu erarbeiten, die nicht nur das Gefühl von Sicherheit vermitteln, sondern reelle Sicherheit garantieren“. Zum Beispiel habe eines der wichtigsten Zentren, Laboral Ciudad de la Cultura, sein Angebot an Dienstleistungen um neue Formate für präsenzielle, semi-präsenzielle und virtuelle erweitert.

„Es ist wichtig, Kongresse und Tagungen beizubehalten, um im Bereich der Wissenschaften und des Vereinswesens den Austausch und die Aktualisierung von Wissen zu fördern“, aber „es besteht eine generelle Unsicherheit aufgrund der Pandemie“. Aus diesem Grund gebe es Veränderungen beim Trend der Meetings, den Geschäftsmodellen, den Buchungsbedingungen und beim immer globaleren Wettbewerb, „die sehr wahrscheinlich auch noch bestehen bleiben, wenn die aktuelle Lage überstanden ist“. ■



Ganz sicher
OVIEDO



Ganz sicher
wird es Dich erfüllen

Ganz sicher
wird es Dich begeistern

Ganz sicher
wird es Dich überraschen

Ganz sicher
wird es Dir gefallen



Aufgrund der Lage im Herzen Asturiens, wegen des ausgezeichneten gastronomischen und kulturellen Angebots und weil die Stadt sicher und sauber ist, in der Du Dich wie zu Hause fühlen wirst



Ganz sicher
OVIEDO.es
AYUNTAMIENTO

PR

Fünf gute Gründe für Ihr Meeting in Asturien

Die Tatsache, dass Asturien ein wahres Naturparadies mit sieben Biosphäre-Reservaten und den bestgeschützten Küstengebieten Spaniens ist, ist für sich alleine schon Grund genug, Asturien als Austragungsort Ihres Events zu wählen. Aber das Prinzipat bietet weitere fünf wichtige Argumente als absolute Erfolgsgarantie:

1-Ein rundes Dreieck

Das Gebiet, das die Städte Avilés, Gijón/Xixón und Oviedo/Uviéu abdecken, bildet ein „rundes Dreieck“ mit einem Radius von 30 Km, in dem man ein Angebot an Infrastrukturen und Serviceleistungen vorfindet, das sich durch geringe Entfernungen und gute Verbindung auszeichnet. Insgesamt findet man hier 10.000 Bettenplätze und mehr als 250 Salons für Tagungen und Meetings, die Platz für 30.000 Teilnehmer bieten.

2-Symbolhafte Einrichtungen

Das Centro Niemeyer, Laboral-Ciudad de la Cultura und der Palacio de Congresos y Exposiciones Ciudad de Oviedo, der vom Architekten Santiago Calatrava entworfen wurde, sind drei architektonische Juwelen, die als wahre Ikonen der Weltkultur gelten. Drei Stars unter den Austragungsorten, die Locations für alle Arten von Kongres-



© Turismo Asturias - Noé Baranda

sen, Ausstellungen, Performances etc. bieten – und das zu sehr wettbewerbsfähigen Preisen.

3-100% asturische Erlebnisse

Können Sie sich vorstellen, bei einem Teambuilding zum Goldsucher zu werden und mit eigenen Händen kleine Goldnuggets aus dem Fluss zu holen? Oder in Bergmannskluft in eine echte Kohlemine abzustiegen? Einen Tag lang zum Schäfer zu werden und die Geheimnisse des Cabrales-Käses zu entdecken; auf dem Berg nach Spuren des Braunbären zu suchen; auf der Rennstrecke Fernando Alonsos Ihre Runden zu drehen... Oder wie wäre es, für Ihre Firma in einer traditionellen asturischen Kelterei einen Wettbewerb im Cider-Dekantieren zu organisieren? Wo könnten Sie all diese Erfahrungen

sammeln, wenn nicht in Asturien?

4-Einzigartige Austragungsorte

Einige Orte, mit denen Sie Ihre Gäste überraschen können, sind das Aquarium von Gijón, wo man in der Gesellschaft von Haien zu Abend speist; oder das ehemalige Männergefängnis, heute Sitz des Historischen Archives, wo man bei Livemusik einen Cocktailempfang erleben kann. Auch im Bergbaumuseum, im Eisenbahnmuseum oder im Stadion El Molinón wird Ihre Präsentation einzigartig.

5-Der beste Gastgeber

Die Bewohner Asturiens, bekannt für ihre Gastfreundschaft, ihr Pflichtbewusstsein und ihren Fleiss, sind das beste Gut der Destination. Professionalität, Dientsbereitschaft, Einfachheit und ein Gastronomieangebot, das keiner Präsentation bedarf. In Asturien ist man von Natur aus liebenswürdig und lässt Gäste nur auf eine Art wieder abreisen: zufrieden.



© SPGPT CPA



INFORMATIONEN:

Avilés Convention Bureau
Tel. +34 985 544 325

Gijón/Xixón Convention Bureau
Tel. +34 985 180 153

Oficina Municipal de Congresos -
Oviedo Convention Bureau
Tel. +34 985 246 217

ASTURIEN

Kommen Sie ins Naturparadies Spaniens



asturientourismus.de



GOBIERNU DEL
PRINCIPÁU D'ASTURIES



Asturien
naturparadies

NOR

Der Norden Spaniens hält dank strategischer Pläne und Inszenierungen durch

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Der Trend in den nördlichen Regionen ist positiv. In Donostia wuchs der MICE-Tourismus im Jahr 2019 weiter an, die Zahl der Meetings stieg um 13,5%, ohne dabei die Incentives und Messen einzuberechnen. Die Zahl der Kongresse blieb praktisch gleich, der Anstieg erfolgte dank der Tagungen (110%) und Meetings (91,3%). Auch 2020 war dieser Bereich eine Priorität und strategische Säule für Donostia San Sebastián Turismo. Die Abteilung Kongresse und Events arbeitet „in ständigem Kontakt mit den lokalen Fachleuten“ und stellt fest, dass „diese ihre Fachmeetings in San Sebastián abhalten wollen, denn die Tatsache, Gastgeber eines Events zu Hause zu sein, verleiht ihnen Prestige und Sichtbarkeit; außerdem sind die Synergien und der Erfahrungsaustausch in den Fachmeetings ausschlaggebend für den Entwurf der Zukunft der wissenschaftlichen, ärztlichen und wirtschaftlichen Branchen, in denen sie tätig sind“, erklärt ein Sprecher der Organisation. Die MICE-Branche in der Region hat von Beginn der Pandemie an weiter daran gearbeitet, um ihre internationale Positionierung bei der Durchführung von Events zu halten. In einer ersten Phase erfand sie sich neu, um die Tätigkeit der Situation anzupassen, in einer zweiten Phase, vor allem seit September, bemühten sich die lokalen Organisatoren und Veranstalter, weiter Veranstaltungen in der Stadt durchzuführen. Dabei wurden fortschrittliche Online-Formate mit der Anwesenheit vor Ort von Teilnehmern kombiniert, was dabei half, „die Kontinuität dieser Events zu garantieren und gleichzeitig ein Beispiel für andere, künftige Events aufzuzeigen“. Zu diesen Events gehör-

te etwa die erfolgreiche Durchführung des 68. Kinofestivals Zinemaldia oder die 22. San Sebastián Gastronomika. Ander Sarratea, Geschäftsführer von Ficoba, dem Messegelände von Guipuzkoa, erklärt: „Wenn man sehr rigoros mit den Maßnahmen rund um Hygiene und Gesundheit umgeht, bieten die Räumlichkeiten eines Messegeländes wie Ficoba weiterhin echte Alternativen für die Durchführung von Tagungen, Kongressen und Messen“. Vor kurzem habe er die Möglichkeit gehabt, „zwei Events mit großem Publikum aufzunehmen: die vierte Caravantar und die 17. Messe Bioterra“, die wichtigste Messe dieser Anlage. „Wir haben einen kompletten Kontingenzplan, wir haben unser Personal ausgebildet und auch die Organisation und Mobilität innerhalb unserer Anlagen neu durchdacht und uns dabei an die Eigenheiten jedes einzelnen Events angepasst“, fügt der Geschäftsführer hinzu. „Aber uns fehlte noch eines der wichtigsten Standbeine unserer Tätigkeit: die Unterstützung des Publikums. Dieses hat uns seine Treue ausgesprochen und seine Hoffnung ausgedrückt, bald wieder Events genießen zu können, an denen die Teilnehmer präsent sind“.

Ausbildung und Werbung

Die Präsidentin der offiziellen Organisatoren von Kongressen, OPC Galicia, Ana Trevisani, teilt mit, im April und Mai habe man mit der „Fortbildung und Vorbereitung für die neue Wirklichkeit und die neuen Tools“ begonnen. In dem Moment habe man bereits begonnen, neue Infrastrukturen, die die Durchführung virtueller und hybrider Events ermöglichen, zu suchen und auszuwerten. Daher hat Galizien heute mehrere Kulissen für diese Arten von Veranstaltungen. Es handelt sich um Locations in stark frequentierten



Uhinak 2020, der grenzübergreifende Kongress zu Klimawandel und Küsten, fand im November als hybride Veranstaltung im Ficoba statt.

Anlagen wie der Palacio de Congresos Palexco in A Coruña oder die Kulisse Galicia MICE in der Cidade da Cultura, en Santiago.

Außerdem hat man zusammen mit Turismo de Galicia eine Werbekampagne für die Branche initiiert und sie auf die Aktualisierung aller Tools und die Konsolidierung Galiziens als sicheres Reiseziel basieren lassen. 2019 war die MICE-Branche in der Region sehr stark und brachte ein geschätztes Geschäftsvolumen von rund 30 Millionen Euro (ohne dabei die Messen einzurechnen). Als Beispiel der erwähnten Maßnahmen nennt Belén Montero, Direktorin des Palacio de Congresos y Exposiciones de Galicia die kürzliche Schaffung einer 1.500 Quadratmeter großen virtuellen Kulisse in einer der Ausstellungshallen des Zentrums. „Wir haben darin Platz für bis zu 300 Menschen unter Einhaltung aller Sicherheitsmaßnahmen und der Sicherheitsabstände. In dieser Kulisse finden hybride oder virtuelle Veranstaltungen statt, ganz entsprechend der Bedürfnisse des Kunden“. Das Vigo Convention Bureau hebt ebenfalls die Schaffung einer Streaming-Kulisse im Auditorio-Pazo de Congresos Mar de Vigo hervor, das für Produktvorstellungen, Vorträge, Umfragen, Debatten und Networkings genutzt wird. Die Institutionen in Vigo arbeiten intensiv an der Werbung für die Stadt als sichere Destination. 2019 war ein ausgezeichnetes Jahr mit 197 Events, 18,6% mehr als im Vorjahr. ■

KAN

Das Santander Convention Bureau stürzt sich in die Lösungsoptimierung

Kantabrien gibt der Unterstützung der MICE-Branche Vorrang



Eine Aufnahme des Events 'Santander ist Licht' in La Porticada.

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Firmen und Behörden arbeiten in Kantabrien Seite an Seite, um in dieser Krise die Betroffenen zu unterstützen. „Die Tourismusbranche in Santander und Kantabrien hat sich in diesen für die Branche so komplizierten Zeiten komplett mit dem MICE-Segment solidarisch gemacht“, erklärt das **Santander Convention Bureau**.

Dessen Mitglieder haben es geschafft, „technologische Angebote zu stärken, Tarife und Bedingungen zu flexibilisieren und die komplette Wertschöpfungskette und alle ihre Mitarbeiter einzubinden. Dabei ist man immer darauf bedacht, ganz genau alle Sicherheitsvorschriften zu erfüllen und die Zusammenarbeit zwischen Privat-

wirtschaft und Behörden zu maximieren. Diese war ausschlaggebend in der Unterstützung dieses für die touristische Entwicklung Kantabriens so strategisch bedeutenden Sektors“. Das Santander Convention Bureau hat große Anstrengungen unternommen, um auch 2020 die Entwicklung der Branche zu unterstützen. Es hat technische Beratungen über Protokolle, Vorgänge und Regelungen bei der Organisation von Events angeboten, geholfen, Verschiebungen und Stornierungen von Veranstaltungen zu kontrollieren und die Durchführung von Events in der Stadt zu unterstützen – immer unter Einhaltung der Sicherheitsmaßnahmen. Zusätzlich hat man „Aktionen ins Leben gerufen, um die lokale Wirtschaft zu unterstützen, zum Beispiel stehen seit Beginn der Krise städtische Anlagen kostenlos zur Verfügung, wenn die

Veranstaltungen mit professionellen Organisatoren von Events aus Kantabrien organisiert werden“.

Der Organismus weist darauf hin, dass „die Stadt Santander und Kantabrien als Qualitäts-Destinationen weiterhin auf diese Branche setzen werden, denn wir sind überzeugt, dass die MICE-Branche durch gemeinsame Anstrengungen die bestmöglichen Konditionen hat, um weiterhin Meetings, Kongresse und Events mit Hygiene- und Sicherheitsgarantie anzubieten“.

Solche Maßnahmen genossen Priorität im Fall der Kongresszentren. So erklärt zum Beispiel ein Sprecher des **Palacio de Festivales de Cantabria**, seit dieser wieder eröffnet werden durfte, fanden vor allem kleinere kulturelle Veranstaltungen statt, meist Konzerte, für die eine strikte Kapazitätsbegrenzung auf 50% der normalen Gästezahl galt. Für Kongresse sei man so flexibel wie möglich, um neue Austragungstermine zu finden, und man arbeite daran, so schnell wie möglich wieder derartige Events austragen zu können. Dabei werden die Preise für Raummieten und Dienstleistungen beibehalten. Als erfolgreiche Ausweichstrategie erweist sich die Durchführung von Veranstaltungen im Freien. Mitte Oktober fand das Event „Santander ist Licht“ rund um Wissenschaft, Kultur und Kunst auf der Plaza Porticada in Santander statt. Dies gilt als Beispiel für die Tatsache, dass man in der Stadt sichere Events durchführen kann, teilen die Organisatoren mit – das **Instituto de Física de Cantabria (IFCA)** in Zusammenarbeit mit den Stadträten für Tourismus und Erziehung der Stadt Santander. ■

PR

Santander-Kantabrien, ein natürliches und sicheres Reiseziel für Events

Die gegenwärtige Pandemie hat gezeigt, dass es in Kantabrien –sogar in den außergewöhnlichen Umständen, in denen wir gerade leben – möglich ist, weiterhin Events zu organisieren, und zwar mit maximaler Garantie für die Sicherheit.

und Hotels bis hin zur verpflichtenden Voranmeldung und Eintragung der Teilnehmer und der extremen Einhaltung der Normen durch die Fachleute. Zu diesen Maßnahmen kommt die enge Zusammenarbeit zwischen Behörden und Privatwirtschaft.

Einrichtungen verbessert, um sich für die neuen Formate der Veranstaltungen fit zu machen.

Auch Hotels und andere Hotelleriebetriebe haben keine Mühen gescheut, um für ihre Gäste die Sicherheit und Hygiene zu garantieren. Sie haben Vorbeugungsmaßnahmen eingeführt, die in vielen Fällen sogar über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Dabei wurde in vielen Fällen an sehr einfallsreichen Lösungen gearbeitet, damit die Gäste weiterhin vollkommen sicher an Meetings teilnehmen können.

Das neue Umfeld der MICE-Branche, das durch einen Umschwung auf den virtuellen Bereich hin gekennzeichnet ist, hat vom Sektor eine rasche Anpassung erfordert. Dieser hat seine technologischen Kapazitäten und Angebote verstärkt. Die professionellen Organisatoren von Kongressen und Events gehen auf die neuen Anforderungen und Formate der Events ein und haben sich angepasst, um weiterhin ihre Dienstleistungen anbieten zu können, sei es vor Ort, virtuell oder in der Mischform.

Im Hinblick auf das Freizeitangebot, die Natur, die Gastronomie oder die Authentizität der lokalen Traditionen – all das kann man weiterhin wahrnehmen und genießen, vorausgesetzt, man respektiert die Beschränkungen der Teilnehmerzahl, die Abstandsregeln sowie die Maskenpflicht. Aktivitäten im Freien und in Naturgebieten wie Picos de Europa oder in der Bucht von Santander, die Besuche des Naturparks Cabárceno, die Entdeckung reizvoller Dörfer oder gastronomische Erlebnisse sind weiterhin die Protagonisten der gesellschaftlichen Programme bei Events und Kongressen und Attraktionen, die die Region von anderen abheben.



Der Ausgangspunkt ist an sich bereits ein Wettbewerbsvorteil: die Lage inmitten außergewöhnlich schöner Natur, das gering besiedelte Land mit hoher Lebensqualität und einem vielseitigen Angebot, eine MICE-Branche, die sich der Bedeutung eines sicheren und hochwertigen Service bewusst ist. Die Ausmaße der Destination machen es darüber hinaus möglich, einen sehr persönlichen Service zu bieten und die Verfahren, die es zur Organisation von Events braucht, agil zu halten.

Nur wenige Aktivitäten sind so sicher wie die Teilnahme an einem Event, denn die Organisation erfordert gegenwärtig eine komplette Rückverfolgungsmöglichkeit: angefangen bei der Verpflichtung zur Einrichtung von Notfallplänen bei Gastgebern und Providern über die Sicherheits- und Vorbeugungsmaßnahmen der Locations

Um die Sicherheit Kantabriens als MICE-Destination zu garantieren, haben alle Akteure der Branche Sicherheitsprotokolle in ihre Abläufe eingebaut und Maßnahmen eingeführt, die die Erfüllung der Dienstleistungen unter diesen neuen Umständen ermöglichen. Was die Locations angeht, gibt es abgesehen von der Einführung von Notfallplänen und entsprechenden Vorbeugungsmaßnahmen auch große helle Einrichtungen für Veranstaltungen mit vielen Teilnehmern, bei denen social distancing und andere Voraussetzungen erfüllt werden können. Gute Beispiele dafür sind der Palacio de Exposiciones y Congresos von Santander mit über 5.000m2 oder der Palacio de la Magdalena, bei dem bei kürzlichen Umbauten die Kapazität einiger Salons erweitert wurde. Die Kongresszentren haben darüber hinaus die technischen

CANTABRIA

MICE DESTINATION



CLM

Man will gewohnte Events wieder aufnehmen und neue anziehen

Castilla-La Mancha bereitet ihren Relaunch vor



Das Museo Municipal López-Villaseñor.

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe
angeles.vargas@hosteltur.com

Die Unterstützung durch die Behörden ist heutzutage fundamental, und daher weist die **Regierung von Castilla-La Mancha** im Gespräch mit Hosteltur darauf hin, „abgesehen von wirtschaftlicher Unterstützung, die die regionalen Unternehmen je nach ihrer Typologie anfordern können, arbeiten wir in den letzten Monaten an der Aktualisierung und Neudefinierung des MICE-Angebotes in der Region“. Die Generaldirektion für Tourismus, Handel und Kunsthandwerk erklärt, „diese Neudefinierung umfasst die Erarbeitung eines neu-

en Dossiers über die Destination, in der die verschiedenen Venues, Unterkünfte und Dienstleister für das Segment der Kongresse, Meetings und Incentives detailliert beschrieben werden“. Abgesehen davon arbeitet man an einer aktualisierten Website und einem neuen spezifischen Werbevideo, „die es uns erlauben, bereit zu sein, die Tätigkeit wieder aufzunehmen, sobald man wieder normale Kongresse und professionelle Meetings organisieren kann“. Das **Quijote Convention Bureau**, das der Tourismusbehörde **Turismo de Ciudad Real** angehört, hat sich besonders auf die Fortbildung konzentriert und hat an allen

wichtigen Tagungen und Meetings im Bereich Kongresstourismus teilgenommen, um bereit zu sein, „sobald sich diese Situation wieder beruhigt“. „Wir wollen ein Image von Ciudad Real als sicheres Reiseziel vermitteln, und zwar für alle Arten des Tourismus, nicht nur MICE“. Daher „wollen wir unsere Locations Unternehmen aus der Stadt und der Provinz anbieten, um Events auf lokaler und provinzieller Ebene zu organisieren“. Die Organisation hatte für 2020 eine Reihe von spanischen Ärzte- und Verbandskongressen vorgesehen, sie hofft, diese durchführen zu können, wenn die Normalität wieder eingeleitet ist. ■

CYL

Die Branche arbeitet mit wissenschaftlichem Eifer, um den Teilnehmern Gelassenheit zu vermitteln

Castilla y León stärkt seine MICE Marke

Ángeles Vargas
@angelesvargaspe

„Eines der strategischen Ziele des Ministeriums für Kultur und Tourismus der Regierung von Castilla y León in dieser Legislatur ist die Schaffung eines **Convention Bureau Castilla y León**, dem wir den Namen **Castilla y León MICE** gegeben haben“, erklärt ein Sprecher der Generaldirektion für Tourismus. „Innerhalb der Stiftung **Fundación Siglo** haben wir eine Abteilung gegründet, um diesen Organismus ins Leben zu rufen, dessen Ziel es ist, Impulse für die Werbung und Vermarktung des Tagungstourismus in unserer Autonomieregion zu setzen“. Die Region will dieses Segment fördern, das als Schlüssel für die Entwicklung einer rentablen und nachhaltigen Tourismusindustrie mit saisonal entzerrender Wirkung gilt. In der **Feria de Valladolid** hat man neben weiteren Maßnahmen einen Pavillon zu einem Auditorium mit Platz für 380 Personen umgewandelt, wo man Events, Tagungen und Kongressen unter Einhaltung der nötigen

Mindestabstände veranstalten kann. Mit mehr als 3.000 Quadratmetern und einer durchschnittlichen Höhe von 8 Metern hat das Gebäude eine Kapazität von 24.000 Kubikmetern Luft, was als zusätzliche Garantie gilt. Der **Palacio de Congresos Forum Burgos Evolución** hat ein strenges Protokoll eingeführt, das einen Quarantänerraum umfasst, falls ein Besucher Krankheitssymptome aufweisen sollte. Das Team für Risikoprävention am Arbeitsplatz hat spezielle Ausbildung zu biologischen Risiken erhalten. Dieses Kongresszentrum hat die Auszeichnung Digital Tourism 2020 für beste touristische Einrichtung mit den effizientesten Protokollen für sanitäre Sicherheit erhalten. Dem **Centro Cultural Miguel Delibes** ist es gelungen, einige kulturelle Events mit Online-Ergänzung oder beschränkten Kapazitäten zu reaktivieren. Im Fall der Kongresse „haben die Maßnahmen zur Kapazitätsbeschränkung, die die Behörden auferlegt haben, zur Absage oder Verschiebung aller geplanten Events geführt; es bleibt abzuwarten, bis die Bedingungen wieder besser werden“. ■



Das Forum Burgos Evolución wird für offizielle Anlässe genutzt.

Es gibt nur ein León

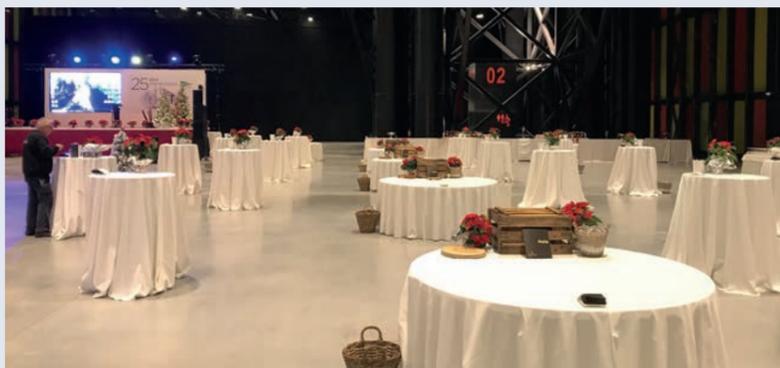
León ist eine Stadt, die immer durch ihre Fähigkeit überrascht, Vergangenheit und Gegenwart zusammenzubringen, in der das Aufeinandertreffen von Faktoren zu diesem „Besonderen“ führt, von dem alle sprechen, wenn sie die Stadt besuchen. Aber León ist noch viel mehr, und das macht sie zu einer idealen Kandidatin als Austragungsort für vielfältige Events, Kongresse, Tagungen... etc. Sie weist eine ganz besondere Gastfreundschaft auf, die als Kreuzungspunkt des Jakobsweges mit der Silberroute auszeichnet.

Dieses ehemalige Königreich ist weit hin bekannt für sein spektakuläres Kunst- und Kulturerbe, seine traditionelle Gastronomie, für den Charakter seiner Bewohner und die phantastische, große Provinz voller Ressourcen. Das alles macht diese Destination zu einem Ort, an den man immer wiederkehren möchte.

Die Stadt mit römischer Vergangenheit strotzt das ganze Jahr über voller Leben, sie hat gerade in letzter Zeit den Durchbruch geschafft und ist in vielen Aspekten zu einer Referenz geworden. León ist eine der spanischen Städte mit der besten Lebensqualität und ein Beispiel für nachhaltige Mobilität. Ein Ort, an dem zahlreiche und unterschiedlichste Musik- und Kunstevents und internationale Festivals stattfinden und die eine aufstrebende Industrie besitzt, zu der die Bereiche Cyber-Sicherheit, Biotechnologie, E-Commerce oder Logistik gehören.

Ein Ausstellungs- und Kongresspalast, der in die Stadt integriert ist

Zu dieser gesellschaftlichen, kulturellen und unternehmerischen Lebendigkeit kommt ein weiterer Punkt, der León in das Augenmerk der MICE-Branche rückt. León entwickelt sich nämlich zu einer ausgezeichneten



Option als Kongress- und Eventdestination. Die strategische Lage und die Nähe zu Madrid, nur zwei Stunden im Schnellzug AVE, führen dazu, dass die Stadt zu einer der heißesten Möglichkeiten in diesem Bereich wird, denn sie bringt das perfekte Zusatzangebot mit dem technischen und professionellen Angebot in Einklang, so dass man jegliches Ereignis feiern kann. Das Sahnehäubchen setzt dem ganzen die Persönlichkeit auf, die León auszeichnet. Der Ausstellungs- und Kongresspalast dieser zweitausendjährigen Stadt ist mehr als 10.000 Quadratmeter groß, seine zeitgenössische und industrielle Ästhetik mit Reminiszenzen des Ortes, an dem er errichtet wurde, machen diese phantastische Location zu einem idealen Austragungsort für alle möglichen großen Veranstaltungen. Dieses Gebäude ist zweifellos zu einem dynamischer geworden und trägt nicht nur zur Transformation der Stadt bei, sondern wird vielmehr zu einem Element, das aus der Destination nicht mehr wegzudenken ist.

León hat aber noch weitere grandiose und besondere „Venues“, die jeglicher



professionellen Veranstaltung etwas Großartiges und Exklusives verleihen. Dazu gehören zum Beispiel die Casa Botines de Antonio Gaudí, die Fundación Sierra Pambley und andere wunderbare Paläste und Palästchen, die man in den Straßen der berühmten Altstadt findet, die wiederum der allgemeine brodelnde Treffpunkt ist. In den letzten Jahren hat León eine entscheidende Entwicklung im Bereich der Meetings durchlebt. Die Hotelkapazitäten befinden sich in ständigem Wachstum, um den Anforderungen des neuen Ausstellungs- und Kongresspalastes von León gerecht zu werden, eine vielseitig nutzbare Location mit über 10.000m². Die Stadt zählte im letzten Jahr mehr als 12.000 Kongressteilnehmer und beendete 2019 mit einem spürbaren Anstieg im Vergleich zum Vorjahr. Für das kommende Jahr sind bereits mehr als 20 Events im Kongresszentrum gebucht.

León ergänzt das MICE-Segment mit allen erforderlichen Ressourcen, um die Ansprüche des Business-tourismus zu erfüllen; es gibt Zusatzdienstleister, traditionelle und aktuelle Gastronomie (darunter zwei Michelin-Sterne), ein differenziertes Angebot und unendliche Möglichkeiten für Incentives in einer Provinz voller Ressourcen.

León, die Kongress-Stadt, hat alles, was ein Ort braucht, an dem Events zu besonderen Momenten in einer Destination mit Persönlichkeit werden, denn... es gibt nur ein León.

LEÓN KONGRESSSTADT



AYUNTAMIENTO DE LEÓN

KAT

Die Einnahmen durch Meetings und Events sind 2020 um 78,3% gefallen

reACT MICE Catalunya, die katalanische Strategie zur Rückgewinnung des Kongresstourismus

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv
diana.ramon@hosteltur.com

Die von der Pandemie COVID-19 hervorgerufene Krise war ein harter Schlag für den Kongresstourismus in Katalonien und ihrer Hauptstadt Barcelona, zwei international anerkannte MICE-Destinationen. Sie erzielen normalerweise weltweite Rekorde, was die Zahl der internationalen Veranstaltungen, der Teilnehmer und Einnahmen angeht. Die Reisebeschränkungen und die Beschränkungen der Kapazitäten haben alles verändert. In Zahlen: Die Ausgaben internationaler Touristen auf Geschäfts- oder Kongressreisen lagen bis September um 78,3% unter denen des Vorjahres.



Das Centre de Convencions Internacional de Barcelona hat die präsenzielle Aktivität wieder aufgenommen.

Im Jahr 2019 reisten 1,61 internationale Geschäfts- oder Kongressreisende nach Katalonien (ein Anstieg um 15%), von denen die meisten aus Frankreich, Italien, Deutschland und Großbritannien kamen. Sie gaben insgesamt knapp 1,742 Milliarden Euro aus (+5,4%), wie aus den Daten der Studie Egatur des **Spanischen Amtes für Statistik (INE)** hervorgeht.

„Diese schwere Krise zwingt uns dazu, die Rolle des öffentlichen Bereiches neu zu überdenken; er muss mehr Flexibilität und Beweglichkeit aufweisen, eine schnelle Reaktionsfähigkeit und mehr Impulse für öffentlich-private Zusammenarbeit. Wir müssen die Events neu er-

finden, Aspekte der Sicherheit überprüfen, den Märkten Vertrauen einflößen und das Modell neu definieren. Dabei muss man klar auf die Digitalisierung und Technologie, Nachhaltigkeit, Daten und Personalisierung – der Teilnehmer ist das Herzstück des Events – setzen“, erklärt ein Sprecher der **Agencia Catalana de Turismo (ACT)**.

Erholungsstrategie

Das der ACT zugehörige **Catalunya Convention Bureau** will die MICE-Industrie bei der Reaktivierung mit einem kurz- und mittelfristigen Plan unterstützen. reACT MICE Catalunya ist das Produkt des Austauschs mit Fachleuten aus dem MICE-Bereich, sowohl auf öffentlicher als auch auf privater Seite, das drei große strategische Linien aufweist: Digitalisierung, Nachhaltigkeit und das Legat der Events, also der soziale Rücklauf, den die Events in der Gemeinschaft der Regionen, in denen sie stattfinden, haben.

Aktionen in diesem Plan:

- Strukturisierung eines neuen Produktes, das den neuen Ansprüchen entspricht und der Nachfrage nach Hybridevents und technologischen Lösungen gerecht wird und gleichzeitig Sicherheitsgarantien gibt und Vertrauen einflößt.
- Kommunikation mit Hilfe von Kampagnen, die wieder Vertrauen aufbauen.
- Entwicklung einer Plattform, die es den Organisatoren ermöglicht, die neuen Vorschläge und angewandte Maßnahmen zu kommunizieren und zu übermitteln.
- Kommerzielle Aktionen und Werbetaktiken, um das Geschäft wieder zu aktivieren – wobei man stets die Entwicklung der Situation und die Flexibilität der Märkte im Auge behält, mit dem Ziel, im Bewusstsein der Organisatoren präsent zu sein.
- Fortbildung und Sammeln von Daten, die die Definition künftiger Strategien ermöglichen werden.

Die ACT setzt durch das Catalunya Convention Bureau auf eine kurzfristige Erholung des einheimischen Marktes. „Die weiter entfernten Märkte werden mittel- und langfristig wieder kommen, und Katalonien wird wieder zu einer weltweiten Referenz und Magnet für innovative und nachhaltige Events“.

Hier ist wieder einiges los

Kommen Sie zurück an die Costa Daurada



CDCB
Costa Daurada
Convention Bureau

COSTA DAURADA

CATALUNYA
ist DEIN
ZUHAUSE



@costadauradatur
www.costadaurada.info

Patronat de Turisme

Diputació Tarragona

INTERVIEW

Laura Valdeolivas, Direktorin von PortAventura Business & Events

“Wir arbeiten daran, in unserem Tagungszentrum eine kontrollierte Umgebung zu bieten”

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv
diana.ramon@hosteltur.com

Die COVID-19 Pandemie und die damit verbundenen Einschränkungen, um sie einzudämmen, haben tiefgreifende Veränderungen bei der Durchführung von Veranstaltungen mit sich gebracht. PortAventura Business & Events arbeitet an der Neudefinierung seiner Strategie und der Vorgehensweisen, um sich der neuen Wirklichkeit der Branche und den neuen Anforderungen seiner Kunden anzupassen.

Wie hat sich die Pandemie auf PortAventura Business & Events ausgewirkt und welche Maßnahmen in Sachen Biosecurity wenden Sie an?

Die sanitäre Krise hat die globale Mobilität und das Verhalten von Personen und Unternehmen in einem nie dagewesenen Ausmaß beeinflusst. Ganz besonders hat sich das auf die physischen Events ausgewirkt. In unserer Abteilung haben wir in den letzten Monaten an Vorgehensweisen gearbeitet, um in unserem Tagungszentrum eine kontrollierte Umgebung anbieten zu können. Wir haben ein langes Protokoll mit spezifischen Maßnahmen entwickelt, um die Zugänge, Besucherströme, Kapazitäten, Vorbeugung, Säuberung, Desinfektion und Lüftung der Salons festzulegen und zu kontrollieren. Dieses wird natürlich ständig aktualisiert.

Hybride und virtuelle Events haben sich stark entwickelt. Werden Sie Veränderungen Ihres Geschäftsmodells vornehmen?

Tatsächlich helfen uns die hybriden Events dabei, mit den reduzierten Kapazitäten umzugehen und virtuell Zugang zu einem größeren Publikum zu erlangen, ohne geographische Beschränkungen. Sie sind ein Werkzeug, das es ermöglicht, in der aktuellen Situation ein Event normal durchzuführen. Später, wenn die Situation sich bessert, werden wieder große präsenzielle Events stattfinden. Wir glauben, dass in dieser Zukunft beide Modelle nebeneinander bestehen können, um ein vollständiges Erleben von Events zu ermöglichen.

Welche Vorteile haben die neue Website und andere Digitalisierungstools?

Ziel ist es, unseren Kunden die Planung ihrer Events mit digitalen Mitteln zu erleichtern. Wir haben unsere Online-Präsenz mit einer neuen dynamischen Website gestärkt, die einen virtuellen Rundgang durch unsere Einrichtungen umfasst. So kann man sie bequem kennen lernen. Dazu kommt die Möglichkeit, alle Events mit Hilfe eines interaktiven Katalogs zu designen.

Wie ist das Tagungszentrum von PortAventura für Events nach der Pandemie aufgestellt?

Eine der größten Stärken unserer Einrichtungen ist die Größe der Salons und Locations in einem horizontalen Gebäude mit unterschiedlichen Eingängen und Hallen. Die weitläufigen Außenbereiche bieten viele Möglichkeiten für neue Formate. Zusätzlich erleichtert die Größe die Einhaltung von Abstandsregeln und die bessere Verteilung der Besucherströme. Andererseits können Events im kompletten



Laura Valdeolivas, Direktorin von PortAventura Business & Events.

Resort organisiert werden, wodurch der Kunde den Vorteil der Nähe zwischen den einzelnen Einrichtungen hat – Tagungszentrum, Hotel, Restaurants und Themenparks –, wodurch Wege und Risiken reduziert werden.

Welche Möglichkeiten hat die Krise für den Kongresstourismus eröffnet?

Alle großen Krisen bringen neue Erfahrungen und neue Möglichkeiten mit sich, die man vielleicht anders nicht erkannt hätte oder die erst viel später entdeckt worden wären. Eine positive Veränderung in unserer Branche ist die Beschleunigung der Digitalisierung vieler Prozesse. Dadurch können wir einen direkteren, kompletteren und schnelleren Service bieten. Sie hat uns auch dazu gebracht, die Pläne für Vorbeugung und Sicherheit um Gesundheitsprotokolle zu erweitern, die unserer Tätigkeit angepasst sind. ■



MAKE IT POSSIBLE, MAKE IT HAPPEN

The world is experiencing one of the most exceptional moments in recent times. It is a challenge and also an opportunity to adapt and start over with a new vision for the future.

Our goal is to guarantee the best event experience by meeting all requirements. The PortAventura Convention Centre has **24 rooms, several terraces, and outdoor spaces within a surface area of 20,000 m²**. Its latest expansion incorporates a new room, ROMA, which has natural light and views of the stunning Mediterranean surroundings. Not forgetting five hotels with more than 2,200 rooms, Ferrari Land and PortAventura Park available for private hire, on-site catering services, team-building activities, the list goes on...

Everything that you could imagine for your event is possible with PortAventura Business & Events.



portaventuraevents.com

MAD

Der Tagungstourismus in Madrid bereitet sich auf die Zeit nach COVID vor

Vivi Hinojosa
vivi.hinojosa@hosteltur.com



Ifema ist darauf vorbereitet, unter Einhaltung aller Sicherheitsmaßnahmen Besucher zu empfangen.

Die Zusammenarbeit zwischen öffentlichem Bereich und der Privatwirtschaft ist einer der Schlüsselemente für die Vorbereitung auf die „Zeit danach“, sowohl, um das Potential der Tourismusbranche in Madrid zu stärken, als auch, um Anstöße für die Erholung zu geben, sobald die durch die Pandemie hervorgerufene Krisensituation sich lockert. Im Rahmen dieser Zusammenarbeit binden die neuen Werbe- und Kommunikationsaktionen des **Madrid Convention Bureau** die mehr als 200 angeschlossenen Unternehmen ein, die alle Unternehmensbereiche repräsentieren, die mit dem Tagungstourismus in Madrid in Berührung kommen. Ein per Konsens verabschiedeter Plan, für den alle eine wichtige Rolle spielen, umfasst Werbeaktionen in nahe gelegenen Märkten zusammen mit der Verbandsbranche, Meetings der verschiedenen Unternehmensbereiche, Fortbildungen für Vorbeugungsmaßnahmen oder die Erstellung eines internationalen Werbevideos, das ebenfalls in Zusammenarbeit mit der Branche entsteht. Ziel des ganzen ist es, der Destination Madrid und ihrer Tourismusunternehmen zu mehr Sichtbarkeit zu verhelfen. Man will zeigen, wie sich alle angepasst haben, um eine für Besucher sichere Umgebung zu schaffen und deren Vertrauen wieder zurückzugewinnen – auch im Bereich Meetings und Events. Der Bürgermeister der Stadt, **José Luis Martínez-Almeida**, gibt zu bedenken: „Die Zukunft Madrids zu retten, bedeutet, den Tourismus zu retten. Deshalb müssen wir die Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Bereich noch vertiefen und in der Branche noch stärker für Good Practices werben“. Die Stadtverwaltung will so zeigen, dass es mehr als sicher ist, professionelle Events in Madrid durchzuführen, und dass die Tourismusbranche nicht zu den Risikobranchen gehört, was die Ansteckungsgefahr angeht.

Neudefinierung der Tourismusstrategie

Innovation und Nachhaltigkeit zeichnen die neue Tourismusstrategie Madrids aus, die nach den Monaten des Lockdowns neu

definiert wurde. Es handelt sich um „grundlegende Werkzeuge, um die Essenz der Stadt und die Erfahrung der Reisenden zu verbessern“, so **Almudena Maíllo**. Sie betont auch, „Sicherheit, Vertrauen und Innovation sind die Schlüsselfaktoren für die Erholung der Branche. Madrid macht seine Hausaufgaben und ist bereit, wieder große Veranstaltungen zu organisieren“. Um die Erholung dieses Segments der Wirtschaft zu fördern und für die Durchführung von Kongressen und anderen Fachveranstaltungen zu werben, hat die **Tourismusdelegation der Stadt** einen Marketingplan ins Leben gerufen, für den dieses Jahr ein Budget von 700.000 Euro zur Verfügung steht und der durch das Madrid Convention Bureau ausgeführt wird.

Neuerungen beim Angebot

Wenn die Zeiten, in denen wir leben, auch noch so untypisch sind – sie können nicht verhindern, dass Madrid bei internationalen Messen und Meetings Neuerungen vorstellt, auch wenn diese aufgrund der Pandemie online stattfinden. Ein Beispiel dafür war die letzte **World Travel Market**, eine ausgezeichnete Möglichkeit, einige der großen Veränderungen der touristischen Infrastrukturen der spanischen Hauptstadt zu präsentieren. Dazu gehören zum Beispiel brandneue Einrichtungen wie das **Hotel Four Seasons** oder die **Galería Canalejas**, und andere die in Kürze dazu kommen, wie das renovierte **Hotel Mandarin Oriental Ritz**, das im ersten Quartal 2021 eröffnet werden soll. Viele andere, bereits bestehende Hotels haben nach und nach ihre Aktivität wieder aufgenommen: **The Westin Palace**, **Riu Plaza España**, **Barceló Torre de Madrid**, **Only You Atocha**, **Meliá Castilla** oder **Madrid Marriott Auditorium**, neben vielen anderen. Letzteres hat zwei ganz besondere Stärken. Es hat in den schlimmsten Momenten der Pandemie Patienten mit leichten Symptomen aufgenommen und hatte dadurch die Möglichkeit, alle Sicherheitsmaßnahmen, die die Protokolle des **ICTE** (Institut für Tourismusqualität in Spanien) und von **Marriott International** selber erfordern. Es gilt außerdem als eine der Locations mit den größten Räumlichkeiten für Events in ganz Europa: 869 Zimmer, ein imposantes Auditorium, 56 Tagungssalons sowie Bars und Restaurants. So passt sich das Hotel den Bedürfnissen der Kunden an und erfüllt die erforderlichen Kriterien für die Abstandsregelungen – und das stets unter dem Banner der Exzellenz, die Marriott auszeichnet. All diese Attribute haben es Madrid ermöglicht, bei den ersten **World MICE Awards** als beste MICE-Destination Europas ausgezeichnet zu werden. Bei dieser Gelegenheit wurde **Ifema** ebenfalls als bestes Tagungszentrum der Welt anerkannt. Madrid wurde auch zum dritten Mal in Folge zur besten Tagungsdestination Europas bei den **World Travel Awards 2020** ausgezeichnet, die als die Oscars des Tourismus gelten. ■

Fitur

MICE

16. BIS 19. MAI 2021 MADRID

ifema.es

wir sind **Geschäft**
wir sind Wiederbegegnung

IBERIA
OFFIZIELLE FLUGGESELLSCHAFT

UNWTO
AFFILIATE MITGLIED

IFEMA
Feria de Madrid

Die Balearen sind für die Einführung sicherer Korridore, um den MICE-Tourismus wieder auf die Inseln zu holen

Taiana González
@Taianahosteltur

Die Balearen träumten davon, dass 2020 einen Angelpunkt für das MICE-Segment darstellen sollte, aber die Pandemie führte zur Aufschiebung aller Veranstaltungen. Inmitten einer sanitären Krise werden die Organisatoren von Events Destinationen wählen, die ihnen Vertrauen einflößen. Die Tests an den Flughäfen und die Einführung sicherer Korridore werden ausschlaggebend für die Reaktivierung des Tourismus auf den Inseln sein.

„Die Balearen sind stolz auf ihr Gesundheitssystem und die geringe Inzidenz von COVID-19 im Vergleich zu anderen Regionen

Im Jahr 2019 nannte die Agencia de Estrategia Turística de las Islas Baleares (AETIB) das MICE-Segment als einen der notwendigen Schlüssel, um das Tourismusmodell neu aufzustellen, sich über den Bade-tourismus hinaus zu positionieren und mehr saisonale Entzerrung zu erreichen. 2020 sollte ein Jahr der Konsolidierung werden, aber COVID-19 und die damit verbundene Angst haben die Pläne ausgebremst. Der Sommer hat gezeigt, dass die Protokolle funktionieren und dass die Einführung sicherer Korridore als die unmittelbarste Lösung erscheint, um Vertrauen zu vermitteln. Das Klima, das Kulturerbe, die Natur, die Hotels und Zusatzangebote machen die Balearen zu einem wettbewerbsfähigen Reiseziel. **Ramón Vidal**, Präsident des Strategischen

MICE-Segments innerhalb der AETIB, sagt, in diesem neuen Kontext „müssen wir das Augenmerk auch auf unser Gesundheitssystem und die im Vergleich zu anderen Regionen in Spanien und Europa geringe COVID-19-Inzidenz lenken“.

Die Inseln neu positionieren

Mallorca ist Destination für große Kongresse, Firmtagungen und Kulturevents, wobei der medizinische und technologische Bereich in den letzten Jahren stark an Gewicht gewonnen haben. „Dies positioniert uns als beispielhaften Ort der Innovation und des Wissensaustauschs im Mittelmeerraum, was wiederum zur wirtschaftlichen und sozialen Entwicklung der Insel beiträgt“, sagt Vidal, der gleichzeitig Präsident des **Palau**

blau.
hotels & resorts

Die beste Umgebung für einzigartige Veranstaltungen

LAS CALDAS
VILLA TERMAL
WELLNESS CLINIC RESORT

blau.
portopetro

mallorca

asturien

Konferenzzentrum Blau Portopetro

Ein einzigartiger Ort auf Mallorca, der etwa 2 km vom **Naturpark Mondragó** entfernt liegt. Der Komplex bietet einen unvergleichlichen Rahmen für Konferenzen in einer der unberührtesten Gegenden Mallorcas. Das Blau Portopetro verfügt über ein komplett ausgestattetes Kongresszentrum, das mit der neuesten audiovisuellen Technologie ausgestattet ist und sich ideal für die Durchführung verschiedener Arten von individuellen Veranstaltungen eignet, darunter Produkteinführungen, Konferenzen, Präsentationen und Festivals.

Das Ziel ist es, den verschiedensten Anforderungen gewachsen zu sein, daher bieten die Mehrzweckhallen auf 1200 m² und die 284 bequemen Sitzplätze alles, was benötigt wird, um ein unvergessliches Erlebnis an einem perfekten Ort zu genießen, an dem sich Freizeit und Arbeit optimal ergänzen.

Der **Grand Salón Mondragó** verfügt über eine Kapazität für bis zu 500 Personen, er ist hell und kann in kleinere Säle unterteilt werden. Das Konferenzzentrum wird ergänzt durch vier kleine Räume mit Tageslicht, Sekretariatsservice und große Vorräume, die sich ideal als Ausstellungsfläche eignen.

Das Design, die Exklusivität und das individuelle Konzept, sowie die herausragende Lage und der unvergleichliche Blick auf die **Bucht von Portopetro** machen diesen Ort zu einer der MICE-Referenzen der Insel.



Saal	m ²	Kapazitäten (Pax)					
		Theater	Schule	"U"	Festessen	Imperial	Cocktail
Figuera A	26	20	9	9	-	14	-
Figuera B	26	20	9	9	-	14	-
Santanyi A	26	20	9	15	-	14	-
Santanyi B	26	20	9	15	-	14	-
Auditorium PortoPetro	220+88	284	-	-	-	-	-
Gran Salón Mondragó	560	400	300	-	400	-	400
Mondragó A+B	372	250	200	72	220	-	300
Mondragó A	186	100	90	33	80	-	100
Mondragó B	186	100	90	33	80	-	100
Mondragó C	186	100	90	33	80	-	100
Galani	111	80	60	30	120	-	100
Midori	65	40	40	30	-	-	-
Estels	80	Auf Nachfrage		-	-	-	100

Konferenzzentrum Viator - Hotel Las Caldas

Das **Las Caldas Villa Termal** ist ein Komplex im Herzen Asturiens, der aus zwei Hotels besteht, dem Gran Hotel Las Caldas mit 5 Sternen und dem Hotel Spa & Sport mit 4 Sternen. Das Zentrum ist das Resultat einer Komplettrenovierung des Balneario de Las Caldas, einem Kurhotel, das im Jahr 1776 erstmals eröffnet wurde.

Die außergewöhnliche Architektur macht das Las Caldas Villa Termal und seine Umgebung zu einem idealen Platz, um die Natur, den Sport an der frischen Luft und die wunderbaren Vorzüge des Thermalwassers zu genießen.

Der Komplex verfügt über zwei Thermalbäder, dem **Balneario Real** und dem **Ecotermal Aquaxana**, beide von großer Bedeutung und Prestige im Gesundheitstourismus auf nationaler und internationaler Ebene. Dank der verschiedenen Anwendungen, die sowohl für die Wellness, den Sport und die Gesundheit angeboten werden, sind die Thermen perfekt geeignet, um nach der Arbeit zu entspannen und interessante Aktivitäten zu organisieren.

Der Komplex besteht aus 11 Mehrzwecksälen für die verschiedenen Veranstaltungen, alle sind mit der neusten Technik ausgestattet. Darüber hinaus bietet das Las Caldas Villa Termal ein umfangreiches kulinarisches Angebot auf der Basis lokaler Produkte als krönenden Abschluss einer Veranstaltung oder einer besonderen Feier.



Saal	m ²	Kapazitäten (Pax)					
		Theater	Schule	"U"	Festessen	Cocktail	
Priorio	395	325	220	75	250	350	
Priorio 1	220	160	160	60	140	200	
Priorio 2	175	160	160	60	110	150	
Salón de los Espejos	190	-	-	-	70	120	
Monsacro	400	325	200	75	-	350	
Monsacro 1	185	130	90	36	-	170	
Monsacro 2	70	60	36	27	-	60	
Monsacro 3	70	60	36	27	-	60	
Monsacro 2+3	140	110	70	35	-	120	
Peña Avis	150	140	85	36	-	-	
Consejo 1	25	-	-	15	-	-	
Consejo 2	23	-	-	12	-	-	
Consejo 1+2	48	-	-	27	-	-	
Enclave 1	72	70	50	20	-	-	
Enclave 2	65	60	40	20	-	-	
Enclave 3	25	-	-	15	-	-	



Der Palau de Congressos de Palma nutzt Apps für virtuelle Site Inspections und schafft mit 3D-Tools Vorausschau für den Aufbau von Veranstaltungen.

„*Die Inseln erwarten, dass als erstes die individuellen Businessreisenden wieder kommen, danach die nationalen Kongresse; die internationalen werden über sichere Korridore und mit Test kommen*“

de Congressos de Palma und des **Mallorca Convention Bureau** ist.

2019 war für den Palau de Congressos ein „Jahr der Transition“: mit mehr als 280 Events wurden über 14 Millionen Euro Umsatz gemacht, die direkten Einnahmen in der gesamten Wertschöpfungskette beliefen sich auf 22,5 Millionen. Trotz der Pandemie registriert man immer noch „eine erhebliche Anzahl an Veranstaltungen“. „Aber wir haben auch Anträge auf Verschiebung auf 2022 bekommen“.

Die Genesung wird mit den individuellen Businessreisenden beginnen; danach werden die spanischen Events und Kongresse wiederkommen, und nach ihnen die internationalen.

Die Stiftung Fomento de Turismo de Menorca erklärt, „der Tatsache, dass wir eine Destination sind, die viele DMC und Unternehmen nicht im Kopf haben, verdanken wir es, dass 2019 attraktiv für Incentivereisen und kleine Kongresse war“. „Genau da ist unser Markt“, und gerade vor dem Hintergrund der aktuellen Entwicklungen werde man seinen Kundenstamm bei den „kleinen Gruppen“ suchen.

Schnelltests zur Reaktivierung der Nachfrage

Ohne Impfung und ohne Kontrolle über die Pandemie „befindet sich alles in der Luft, denn die Unternehmen und Verbände trauen sich nicht, zu buchen“, gibt Vidal zu. Daher müsse man „Sicherheit und Flexibilität“ anbieten.

„Die Einrichtung sicherer Korridore wird genügend Vertrauen schaffen, um wieder

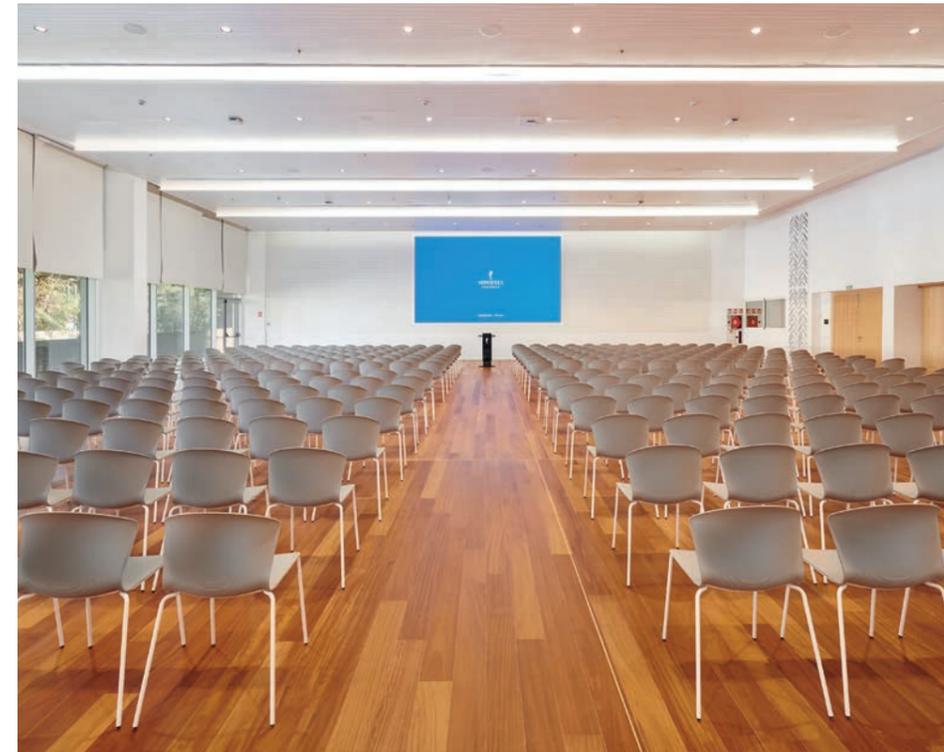
kleine Gruppen für Incentives und Meetings anzuziehen. Das wäre ein fundamenteller Schritt hin zur Erholung“, glaubt Vidal. Die Ampelsysteme und Schnelltests in Flughäfen „würden die Mobilität unterstützen und das Segment wieder aktivieren“.

Protokolle und Maßnahmen

In einer Industrie, die sich durch den Dienst am Kunden auszeichnet, war die Einführung von Protokollen der gemeinsame Nenner in der gesamten Wertschöpfungskette. Ein Beispiel: der **Palau de Congressos de Palma** hat das Programm „Stay Safe with Meliá“ eingeführt, das Maßnahmen für social distancing, die Nutzung neuer Apparate und Produkte für Hygiene und Desinfektion und Veränderungen in den Restaurants umfasst. Gleichzeitig wurden Bildschirme und QR-Codes eingerichtet, um Kontakte zu vermeiden, für Meeting Planer gibt es neue digitale Applikationen, um virtuelle Site Inspections zu ermöglichen, mit 3D-Tools kann man virtuell den Aufbau von Veranstaltungen simulieren.

Der Vorteil der Inseln

Die Kunden wollen sich sicher fühlen, die Fundación Fomento de Turismo de Menorca erinnert daran, dass die Insel Biosphärenreservat ist, mit „einer großartigen Positionierung in den Bereichen Natur, Gesundheit und Wellness“. Dies sind drei grundlegende Elemente in dieser neuen Situation, die auch die Insel Ibiza aufweist. Der besondere Vorteil der Inseln sind ihre Größe, die „ein besseres Management und Kontrolle der Destination und seiner Besucher ermöglicht“. ■



Hipotels Convention Center

Av. Fra. Joan Llabrés, 20
07600 Playa de Palma
Mallorca - España

+34 971 587 512
grupos@hipotels.com

Playa de Palma Palace *****
Gran Playa de Palma ****
Convention Center



Pedro Homar, geschäftsführender Direktor der Fundación Turismo Palma 365

“Wir haben jetzt ein rundes Angebot, Palma ist eine

UNSCHLAGBARE DESTINATION”

Palma hat ihrer Werbestrategie eine komplette Wendung gegeben und sich in knapp acht Jahren als Städtereiseziel konsolidiert. Ihre vielfältigen Ressourcen wirken das ganze Jahr über anziehend – auf Urlaubsreisende, aber auch auf Reisende, die die mallorquinische Hauptstadt besuchen, um an Kongressen oder anderen Businessvents teilzunehmen.

Die 2012 eingeführte Strategie, mit der Palma als Städtereiseziel positioniert werden sollte, war äußerst erfolgreich. Heute ist die Stadt Palma das ganze Jahr hindurch aktiv – aber es stellt sich die Frage, wie die sanitäre Krise diese Strategie beeinflusst hat.

Die Krise hat sich auf die Form, aber nicht die Grundlage der Strategie ausgewirkt. Wir verfolgen weiterhin die Strategie, mit der wir 2012 anfangen, uns als Städtereiseziel für den Freizeit- und Wochenendtourismus neu zu positionieren und zu konsolidieren. Im Jahr 2020 mussten wir zweimal unseren Marketingplan ändern, um ihn an die neue Situation anzupassen. Aber wir haben diese Zeit auch genutzt, um eine Veränderung, die wir bereits ins Auge gefasst hatten, schneller voranzutreiben, nämlich als Organismus der touristischen Promotion in den Bereich der Technologie und der Daten zu mi-

grieren, mit CRM, touristischer Intelligenz... Im Jahr 2021 werden der gesamte Arbeitsplan und die Strategie von der Marktintelligenz gesteuert.

Was sind das für Veränderungen, die Sie 2020 eingeführt haben, um sich an die neuen Verhältnisse anzupassen?

Wir mussten auf jegliche präsentielle Aktivität verzichten. Seit wir begonnen haben, die Positionierung der Stadt neu zu definieren, konzentrierte sich ein wichtiger Teil unserer Strategie auf die Verbreitung der Message über die Medien, was Palma ist und was wir für die Stadt wollen. Jedes Jahr haben uns viele Journalisten aus unterschiedlichen Ländern besucht, alle zwei oder drei Wochen empfangen wir Journalisten, aber alles das hat dieses Jahr nicht stattgefunden. Wir haben die Taktik geändert, die wir anwandten, um unsere Nachricht zu verbreiten, und haben

uns auf Online-Formate orientiert. Auch unsere Werbung haben wir in das digitale Umfeld umgelenkt.

Welche Strategie wird die Fundación Turismo Palma 365 im Jahr 2021 verfolgen?

Der Plan für 2021 unterteilt sich in drei große Blöcke. Einerseits haben wir eine Markenkampagne, die als Schirm für eine Reihe von Marketingaktionen rund um vier Hauptachsen dienen wird: eine im Bezug auf die Verkehrsverbindungen, um verlorene Flugverbindungen wieder einzurichten; eine bezieht sich auf die Werbung für Palma als Städtereiseziel; eine dritte auf die Playa de Palma im Zusammenhang mit Familien- und Sporttourismus; und die vierte richtet sich an Reiseveranstalter. Dann haben wir den ‘Plan Impulse für Palma’, der 10 Projekte im Zusammenhang mit den neuen Technologien umfasst. Er sieht die Verbesserung der



Pedro Homar verteidigt die Zusammenarbeit zwischen privatem und öffentlichen Bereich, “denn das ist unsere Essenz”.

Abdeckung durch das WiFi-Netz und dessen Geschwindigkeit in der gesamten Destination vor, ebenso wie die Kommerzialisierung des touristischen Produktes. Ende Januar stellen wir eine neue Website vor, über die B2B und B2C Transaktionen durchgeführt werden können.

Und im Hinblick auf die Besucher selber...

Es gibt ein drittes Projekt, eine Technologieplattform mit dem Namen Welcome Palma für die Rückverfolgbarkeit der Touristen. Dank künstlicher Intelligenz und Heatmaps werden wir sehen können, wie die Besucher mit der Destination interagieren, wir werden unsererseits über diese Plattform mit ihnen interagieren. Ebenfalls im Zusammenhang mit der künstlichen Intelligenz werden uns eine Reihe externer Quellen Einblicke in die Destination und den Markt gewähren, was uns ermöglichen wird, unsere Promotions zu definieren. Ein weiteres Projekt zielt darauf ab, dem Smart Office von Palma zu mehr personellen Standpunkt aus als auch im Hinblick auf die Vorgehensweisen. Außerdem gibt es einen anderen Plan, der an die spanische Einheitsnormen UNE gebunden ist. All das ist ‘Impulsa Palma’, ein Dreijahresplan, für den eine Million Euro veranschlagt ist. Ein Drittel bezahlt das spanische Staatssekretariat für Tourismus, ein Drittel die



Wir werden den Sprung zur Langstrecke machen, wenn wir dieses Projekt nicht 2021 wiederaufnehmen können, dann tun wir es 2022”

Regierung der Balearen und ein Drittel die Stadt Palma. Was die Märkte angeht, war eines der Ziele für 2020, die wir aufgrund der Pandemie nicht erreichen konnten, die Initiierung einer Aktion für die Langstrecke, insbesondere für den amerikanischen Markt.

Wird diese wieder aufgegriffen?

Wenn nicht 2021, dann sicher in 2022 – auf jeden Fall werden wir den Sprung zur Langstrecke machen.

Wenn man bedenkt, dass wir von einem Kurzstreckenmodell sprechen – welche Pläne haben Sie, weiter mit diesem Markt zu arbeiten?

In der Neben- und Wintersaison kommen die Touristen, die uns besuchen, fürs Wochenende oder drei Tage, hier sind die Belegungen zwischen 70 und 80%. Mit einigen punktuellen Ausnahmen, wie den europäischen Schulferien, sinkt die Belegung während der Woche, da sie ganz eng an den Busi-

nesstourismus gebunden ist. Dagegen tendieren die Amerikaner dazu, vor allem im Sommer im Rahmen einer Rundreise zu uns zu kommen. Daher ist es für uns im Moment nicht so wichtig, Direktverbindungen mit Amerika zu haben. Wichtig ist, dass es Direktflüge nach Europa gibt. Die Strategie, die wir für Amerika angedacht hatten, ist geographisch segmentiert. Wir wollten Werbeaktionen in Chicago, New York und Miami durchführen, von wo es Flugverbindungen vor allem nach Europa und auch direkt nach Spanien gibt.

MICE ist sehr wichtig für die saisonale Entzerrung. Welche Rolle spielt die Positionierung Palmas als Städtereiseziel?

MICE ist ein Schlüsselprodukt für die saisonale Entzerrung und war tatsächlich das Puzzleteil, das uns für die Neupositionierung, mit der wir 2012 begonnen haben, noch fehlte. Dafür gibt es zwei Gründe: zum einen der Kundentyp, der eine gute Neben- und Wintersaison sicherstellt; und zum anderen kann man in diesem Segment kein ernstzunehmender Wettbewerber sein, wenn man nur als Bade- und nicht als Städtereiseziel positioniert ist, denn das wird zu einem Hindernis in dem Moment, in dem die Destinationen für Events ausgewählt werden. Nach dem Arbeitstag beginnt nämlich der Après-Kongress, wofür sich eine Stadt aufgrund der größeren Möglichkeiten für die Teilnehmer am besten anbietet.

Es war ausschlaggebend, als Destination und als Stadt positioniert zu sein, um diesen qualitativen Sprung im MICE-Segment zu wagen. Jetzt haben wir ein komplettes, rundes Angebot. Die Kombination Palmas als Kongressreiseziel ist unschlagbar, denn es gibt Flugverbindungen aus ganz Europa und eine neue, moderne Infrastruktur, die sich allen Bedürfnissen anpasst. Und dann ist es auch eine Stadt, die die Erwartungen, den Kongress über die reine Arbeitszeit hinaus auszuweiten, erfüllt.

LEV

Die spanische Levante setzt auf die Reaktivierung eines Schlüsselsektors

MICE wird eine entscheidende Rolle für die Erholung der Branche spielen



Das Kongressbüro von Murcia hat die Kampagne „Murcia passt sich Dir an“ lanciert, die über die Maßnahmen informiert, die Kongresse möglich machen.

Diana Ramón Vilarasau
@dianaramonv
diana.ramon@hosteltur.com

Im Jahr 2019 war die Region Murcia Austragungsort von 1.318 Veranstaltungen mit 183.652 Teilnehmern, wichtigster Quellenmarkt war dabei Spanien selber. Nach einem beispiellosen Rückfall der Aktivität im Jahr 2020 aufgrund der Corona-Pandemie -in Murcia und Cartagena brach sie um 80% ein, in Águilas um 79%- setzt nun das **Tourismusinstitut der Region Murcia Itrem** entschieden auf die MICE-Branche und hilft mit unterschiedlichen Aktionen bei der Reaktivierung. Die Institution plant die Schaffung einer Schirmmarke, unter der sich das komplette Angebot rund um Kongresse konzentrieren soll, und hat einen Marketingplan mit spezifischen Werbeaktionen in spanischen Fachmedien und Portalen vorbereitet, um das MICE-Produkt der Costa Cálida-Región de Murcia zu positionieren und die Destination bei korporativen Kunden und Agenturen bekannt zu machen.

Der Plan umfasst Veranstaltungen, um spanischen Käufern das Kongressangebot vorzustellen, da der einheimische Markt aktuell als besser erreichbar gilt. Später, abhängig von der Entwicklung der Pandemie, wird man

sich auch an internationale Märkte richten, die direkte Fluganbindung an den Internationalen Flughafen Región de Murcia haben.

Das Itrem wird auch mit den Kongressbüros von Murcia und Cartagena und allen anderen lokalen Unternehmen kooperieren und eine gemeinsame Strategie für Werbung und Vermarktung definieren. Parallel dazu werden Protokolle eingeleitet, die Sicherheit zum Schutz vor COVID-19 schaffen sollen, um die Region als sicheres, gut angebundenes, wettbewerbsfähiges und professionelles Reiseziel zu positionieren, das sich auch die neuen Technologien einbindet. Das **Kongressbüro von Murcia** hat die Kampagne „Murcia passt sich Dir an“ ins Leben gerufen, mit der man über die neuen Maßnahmen der Stadt informiert, die in der aktuellen Situation die Durchführung von Meetings ermöglichen. Hybride Events werden hier als die interessanteste Option angeboten, ein Format, das auch das **Kongressbüro von Cartagena** eingeführt hat.

Erinnerungsmarketing

Turismo Comunidad Valencia rechnet für dieses Jahr einen Einbruch der Kongresse um 70 bis 80 Prozent. Dennoch erkennt man eine latente Nachfrage im MICE-Bereich, ein Segment, das „mit-

tel- und langfristig eine entscheidende Rolle für die Erholung des Tourismus spielen wird“. Man arbeitet bereits an neuen Ansätzen und Werkzeugen im Hinblick auf die neue Realität. „Wir haben den Marketingplan 2020-2021 neu ausgerichtet, um die Teilnahme an Online-Messen und Events zu stärken und das ‘Erinnerungsmarketing’ zu fördern. Dabei wird das Augenmerk auf die Verlässlichkeit und Sicherheit gelenkt, die die touristischen Einrichtungen der drei Provinzen Castellón, Valencia und Alicante bieten“, erklärt ein Sprecher. Im Rahmen der Zusammenarbeit zwischen Behörden und Privatwirtschaft zieht man in Betracht, zusammen mit den convention bureaux und Vereinigungen der Branche eine gemeinsame Strategie für Online- und Offline-Werbung in Spanien und im Rest Europas zu entwerfen.

Ein positiver Aspekt, den man dieser Krise abgewinnen kann, und gleichzeitig Herausforderung für die Zukunft nennt Turismo Comunidad Valencia die Beschleunigung des Digitalisierungsprozesses in der Branche und die Eröffnung neuer Möglichkeiten mit neuen hybriden Formaten, sowie die Einbindung von Maßnahmen zur Hygiene und Gesundheit, die auch weiterhin eine entscheidende Rolle im Rahmen der Organisation von Events spielen wird. ■

6 Gründe, um ihre Veranstaltung in **CARTAGENA** zu feiern

1

Reiche **Geschichte** und **großes kulturelles Erbe**

2

Paradiesische Strände und **Wassersportarten**

3

Perfekt, um die Stadt zu Fuß zu entdecken

4

300 Sonnentage pro Jahr und eine Durchschnittstemperatur von **21°C**

5

Gastronomie basierend auf Produkten aus dem **Mittelmeer** und den **Spanischen Obsgärten**

6

Imposanter Konzertsaal und Kongresshalle: **El Batel**

Wählen Sie Cartagena, wählen Sie El Batel für Ihre Veranstaltungen

www.auditorioelbatel.es

Paseo Alfonso XII s/n 30201 Cartagena, Murcia / T. 968 123 827 / info@auditorioelbatel.es

el batel
Auditorio y Palacio de Congresos

Ayuntamiento
Cartagena
www.cartagena.es

Zur exklusiven Anmietung

DIE GROSSE LEINWAND



“UCI ist viel mehr, als nur Kino! Die Säle bieten Platz für eine Vielzahl an Nutzungsmöglichkeiten und die Gäste stehen im Mittelpunkt.”

- Präsentationen und Meetings
- Als Alternative zu überfüllten Hörsälen und Klassenzimmern
- Gaming & Turniere auf der großen Leinwand
- Aktivitäten für Mitarbeiter: Teambuilding, Schulungen, private Vorstellungen ...
- Gottesdienste



State of the Art
Sound und Projektion



Beste Partner für Technik
und Catering



Vernetzte Säle für mehr
Platz und Distanz



Erfahrenes
Event Team



Große Leinwände mit
reichlich Sitzplätzen



COVID-19
geschultes Personal

Ihr Anlass, unsere Verpflichtung – Buchen Sie jetzt Ihren privaten Kinosaal
und kontaktieren Sie uns unter kino-mieten@uci-kinowelt.de