

Mai 2013

Ein Ratgeber für Eventmanager und Start-up-Unternehmer.

**MEDIA
PLANET**

EVENTS & CONFERENCES

4

TIPPS

**FÜR ERFOLGREICHE
VERANSTALTUNGEN**

Nachhaltigkeit
Green Events
und Meetings

Trends der
Zukunft
Event und
Web 2.0

Event-
management
Ausstattung und
Organisation

Location-
landschaft
Architektur und
Innovation

OPEN FLAIR

So sorgt Ewald Tatar, der Veranstalter der **größten
Open Airs Österreichs**, bei den Besuchern für Stimmung.

FOTO: KANZAJA/MARIA-M.

OPUS®
emotional events

www.opus-events.at

Wien - Linz - Graz - Salzburg



VORWORT

Neue Tools und Lösungen erweitern den Kreis unmittelbar anwesender Gäste einer Veranstaltung. **Digitale Kommunikation** bringt damit eine neue Qualität in den Eventsektor.

All you need is LIVE

Das Erklärungsmodell, warum Eventmarketing bei Marken besonders gut geeignet wäre, lautete wie folgt: im Gegensatz zu klassischer Werbung könne Eventmarketing den direkten Kontakt zwischen Marke und Konsument herstellen. Dieser Echtkontakt wäre wertvoller als ein anonymer Kontakt, wie etwa der einer Postwurfsendung, weil er einen „eingebauten“ Rückkanal hätte, eben die Reaktion des Empfängers.

In der Realität brachten jedoch nur wenige Formen des Eventmarketings einen klaren Vorteil in der beschriebenen Form hervor: nur sehr gut gemachte Roadshows und sehr professionell organisierte Medien- und Presseevents waren in der Lage, die Erwartungen der Kunden in den Bereichen Sales und Medienaufmerksamkeit zu erfüllen.

1 Events sind das neue Live-TV

Eines der Probleme herkömmlichen Eventmarketings ist die beschränkte Anzahl an Rezipienten: selbst große Events konnten nicht mit der Verbreitung etwa eines ORF-Spots oder einer gut orchestrierten Werbekampagne mithalten. Dies war zum Teil Ergebnis einer nicht durchdachten oder inkohärenten Eventmarketingstrategie – tatsächlich gibt es bis heute nur wenige Unternehmen, die Eventmarketing wirklich verstehen –

zum Teil aber auch begründet im Wesen der Begrenzung einer Veranstaltung: Events wirken fabelhaft auf die jeweils anwesenden Gäste – wie steht es aber um all jene, die beim Event NICHT dabei sind?

Digitale Kommunikation hat diese Rechtfertigungslücke geschlossen und wir alle kennen Beispiele: Als Apple-Gründer Steve Jobs im Yerba Buena Center for the Arts in San Francisco seine berühmten Produktpräsentationen hielt, waren diese Events Vorreiter einer digitalen Eventmarketing-Strategie par excellence: vor Ort waren wenige hundert Menschen anwesend, doch verbreitet durch digitale Medien nahmen Hunderttausende weiterer Besucher am Event teil (z.B. per Newsticker des Spiegel Online direkt von der Veranstaltung).

2 Professionelle Gesamtstrategien

Es wäre aber falsch zu glauben, dass eine solche Strategie ausnahmslos als Selbstläufer funktionieren würde. Steve Jobs hat gezeigt, was möglich ist, nicht jedoch, was automatisch bei jedem Event passieren würde. Es ist heute einfacher und billiger als je zuvor, Veranstaltungen live ins Web zu streamen und damit neue Zielgruppen zu erreichen. Aber es ist wichtig, alle Eventmarketing-Aktivitäten in eine professionelle Gesamtstrategie zu implementieren, die Antworten auf die Frage der Verbreitung, Relevanz und Grun-

EVENTMARKETING

„Digitale Kommunikation ist der Hebel, nach dem die Eventindustrie lange gesucht hat.“



Andreas Hladky
Berufsgruppensprecher Veranstaltungsagenturen der Wirtschaftskammer Österreich

dinhalte einer Veranstaltung gibt. Digitale Kanäle sind Plattformen der Vernetzung von Menschen und Interessen. Wenn es nicht gelingt, diese anzusprechen, bleibt die Übertragung ins Netz Spielerei der Technik und der erwünschte 'Buzz' (also die schneeballartige Verbreitung der Werbebotschaft im Netz) Makulatur.

3 Social Media Marketing

Digitale Kommunikation ist der Hebel, nach dem die Eventindustrie lange gesucht hat. Aus 100 Besuchern werden 100 Vor-Ort-Reporter mit jeweils wenigen bis Tausenden oder Millionen von Followern und Fans, die durch die bloße Erwähnung der Veranstaltung mit ein Teil von ihr werden. Begeisterung kann jedoch nur dann hervorgerufen werden, wenn die Inhalte der Veranstaltung interessant, relevant oder außergewöhnlich sind, wenn der Event Interaktion und Anlass zum Reden und Teilen bietet.

Vor zwei Jahren besuchte ich eine kleine Firma in einem Vorort von Boston. Der Inhaber und MIT-Absolvent Deb Roy zeichnete dort Live-tweets auf und verband diese mit Live-Events und Live-TV-Sendungen. Schon damals verzweifelte ich das Volumen der Kommunikation rund um diese Live-Veranstaltungen.

Eventmarketing hat eine enorme Zukunft vor sich. Aber nur Profis werden dessen Potential voll ausschöpfen können.



WIR EMPFEHLEN



Harry Gatterer
Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Österreich

SEITE 5

„Events müssen Inhalte haben, intensiv sein und es schaffen, den Alltag auszublenden.“

Green Events & Meetings

S. 4

Fr. Mag DI Dr. Preslmair über die Wichtigkeit der nachhaltigen Planung vom Business-Event zur Großveranstaltung.

Emotionale Sinnesansprache

S. 8

Wie man durch professionelle Eventausstattung und -organisation alle Sinne der Besucher anspricht.

Österreichs innovativste Locations

S. 11

Herr Mutschlechner, Präsident des Vienna Convention Bureau, gibt einen Überblick über unsere breite Locationlandschaft.

MEDIA PLANET

We make our readers succeed!

EVENTS & CONFERENCES,
2. AUSGABE, MAI 2013

Managing Director: Eliane Knecht
Editorial Manager: Daniel Pufe

Project Manager:

Marlies Seltner
Tel.: +43 1 2363 438-16
E-Mail: marlies.seltner@mediaplanet.com

Distribution: Der Standard
Verlagsgesellschaft m.b.H.,
A-1030 Wien, Vordere Zollamtsstraße 13

Druck: Mediaprint Zeitungsdruckerei
Ges.m.b.H. & Co.KG, 1232 Wien,
Richard-Strauß-Straße 16

Kontakt bei Mediaplanet:

Gregor Köstler
Tel.: +43 1 236 3438
Fax: +43 1 236 3438-15
E-Mail: gregor.koestler@mediaplanet.com

Das Ziel von Mediaplanet ist, unseren Lesern qualitativ hochstehende redaktionelle Inhalte zu bieten und sie zum Handeln zu motivieren. So schaffen wir für unsere Inserenten eine Plattform, um Kunden zu pflegen und neue zu gewinnen.



www.copaloca.at



Stets dem guten
Geschmack verpflichtet.



copaloca
the catering company

GÖSING
NATUR
MENSCH
STILLE

ALPENHOTEL
GÖSING

0043-2728-217
www.goeting.at

SPES HOTEL
Schlierbach



2 x Gewinner des Sterne-Awards
der WKÖ für Nachhaltigkeit.

Lichtdurchflutetes Passiv-Gebäude
60 Betten / 9 Seminarräume
Modernste Seminartechnik
Regionale & Bio-Küche
Herrliche Lage



SPES Hotel, Schlierbach
Web: www.spes.co.at
07582 / 82123 • hotel@spes.co.at



Green Meetings. Gemeinsam mehr erreichen.

Mehr Bewusstsein füreinander. Und für die Umwelt.
Weniger Abfall. Weniger Rohstoff- und Energieverbrauch.
Das zeichnet Green Meetings aus. Setzen auch Sie ein
starkes Signal mit dem **Österreichischen Umweltzeichen!**

Informieren Sie sich jetzt über die Kriterien für das **Österreichische Umweltzeichen** für „Green Meetings & Green Events“.
www.umweltzeichen.at



lebensministerium.at

Es wird angestrebt, die access 2013 nach den Kriterien des österreichischen Umweltzeichens „Green Meetings“ auszurichten.



10.access'13
Kongresse, Tagungen, Incentives und Events
07. und 08. Oktober | Hofburg Vienna
www.access-austria.at

Sie organisieren Veranstaltungen und wollen neue Locations, Produkte und Services kennen lernen? Dann besuchen Sie die access, Österreichs größte Fachmesse für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events.
Nähere Infos und Anmeldung unter: www.access-austria.at



access

Ihr Tor zur österreichischen
Tagungswirtschaft

Die Fachmesse für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events.

Österreich
Werbung

ACB

Austrian

VIENNA

FESTSPIELHAUS
BREGENZ

Es ist Zeit für
FAIRanstaltungen

Ort
für große Emotionen.

Raum
für besondere Erlebnisse.

Platz
für verantwortungsvollen
Umgang mit unserer Zukunft.



www.festspielhausbregenz.at

**CONVENTION PARTNER
VORARLBERG**



Kommen Sie in
den Genuss ...
unserer Spitz-
findigkeit

Die Profession von
Convention Partner
Vorarlberg ist, Organi-
sationsmanagement
vom Feinsten zu bieten,
Ihre Angelegenheit zur
Chefsache zu erklären
und Ihnen vor allem
den ganz besonderen
Raum zu geben ...

**Willkommen in der
Liga der Feinsinnigen.**

Convention Partner Vorarlberg
Bodensee-Vorarlberg Tourismus GmbH
Römerstraße 2, 6900 Bregenz, Austria
T +43(0)5574 43443-23 | F 43443-4
service@convention.cc | www.convention.cc

Alles aus einer Hand!

Bieten Sie Ihren Gästen
und Kunden einen Mehrwert!

- Träger des Österreichischen Umweltzeichens
- Zertifizierter Caterer
- Erfahrung mit Zertifizierungsprozessen
- Kompetente Beratung
- Individuelle Lösungen
- Eigene Veranstaltungslocation

www.impacts.at

impacts
catering & events



**Ihr Green Event im Studio 44:
eine ausgezeichnete
Veranstaltung.**

www.studio44.at

Das Beste für Events.

**STUDIO
44**

CONGRESS SAALFELDEN



Ihre Location für Green Meetings und Events
inmitten der imposanten Bergwelt!

www.congress-saalfelden.at



CONVENTIONLAND KÄRNTEN

T: +43(0)4274/52100-95/96

E: convention@kaernten.at

WWW.CONVENTION.KAERNTEN.AT

GASTKOMMENTAR

Mag. DI Dr. Regina Preslmair

Expertin für Green Events und Meetings des Bundesministeriums für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft

NACHHALTIGKEIT



Damit der **Ausflug ins Grüne** nicht in einem Öko-Desaster endet, bietet das Österreichische Umweltzeichen für Green Events Orientierung und Anregungen.

Raus ins Grüne! heißt es immer öfter auch bei Business-Events

Wir halten uns alle - ob gezwungen oder freiwillig - immer mehr in geschlossenen Räumen auf und genießen dann umso mehr attraktive Angebote an der frischen Luft. Diesem Bedürfnis kommen Eventveranstalter gerne entgegen und bieten Freiluftevents auch für ihre Businesskunden.

Veranstaltungen bewegen
Neben den vielen lichten Aspekten gibt es dabei aber auch einige Schattenseiten zu berücksichtigen, wenn man möchte, dass die Veranstaltung zu einem Green Event wird:
Veranstaltungen bewegen nicht nur emotional, sondern auch räumlich: Menschen, Güter, Technik müssen transportiert werden und das verursacht nicht nur CO2, sondern auch Verkehrslärm oder Flurschäden, was es von vornherein zu minimieren gilt. Die Mobilität ist besonders bei Events im Freien oft eine große Herausforderung, um eine mehr oder weniger große Anzahl an Menschen angenehm und umweltschonend zur Eventlocation zu befördern. Sind umweltfreundliche Verkehrsmittel wie Bus oder Bahn verfügbar, so ist die Information darüber von zentraler Bedeutung. Das Angebot von Kombitickets zur kostenlosen Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel geht noch einen

Schritt weiter. Wenn nötig, müssen Shuttles von der Station zum Veranstaltungsort oder Fahrgemeinschaften organisiert werden. Für sportliche Teilnehmer kann man die Fahrrad-Nutzung fördern und kleine Belohnungen wie ein Getränk oder Fahrradservice vor Ort anbieten.
Bei Veranstaltungen in der Natur und besonders, wenn Gebäude oder sonstige Strukturen aufgestellt werden müssen, ist der Schutz des Grünlandes ein zentraler Aspekt. Hier kann ein umfassendes Schutzkonzept bleibende Schäden verhindern.

„Veranstaltungen bewegen nicht nur emotional, sondern auch räumlich.“

Regionales Umfeld
Ein wichtiger Aspekt ist auch das regionale Umfeld der Veranstaltung: Für die Anrainer einer Ortschaft, in der ein Großevent Einzug hält, bleibt oft das Gefühl, überrollt zu werden und in einem Haufen aus Abfall übrigzubleiben.
Die bewusste Einbindung der regionalen Wirtschaft durch Bezug regionaler Produkte oder Beschäftigung regionaler Kräfte erhöht das Verständnis und beugt Konflikten

vor. Ein ausgeklügeltes Abfallkonzept, das primär Abfall vermeiden hilft und dann die perfekte Entsorgung ermöglicht, sollte ohnehin eine Selbstverständlichkeit sein. Wichtig ist aber auch hier die positive Kommunikation des Themas damit es nicht zur Belästigung, sondern zum gemeinsamen Ziel wird.
Auch spezielle Angebote für Teilnehmer aus der Region oder die Einbindung regionaler Künstler sorgen dafür, dass sich die Anrainer nicht nur als reine Locationprovider benutzt fühlen.

Umweltkriterien
Die über 5.000 Unternehmen der Veranstaltungsbranche erzielen einen Umsatz von über 7 Mrd. Euro. Etwas über 30 von ihnen sind qualifiziert und können ihre Events mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Green Events zertifizieren. Diese Green Events stehen für eine umweltfreundliche Veranstaltungsorganisation unter Einhaltung einer Vielzahl an Kriterien: von umweltverträglicher Mobilität, CO2-Reduktion und umweltfreundlichen Unterkünften über regionales und Bio-Catering, umweltfreundliches, Material- und Abfallmanagement bis zu sozialen Aspekten und Kommunikations- sowie Eventtechnik.



BEST PRACTICE

Ein Festival durchläuft den Zertifizierungsprozess

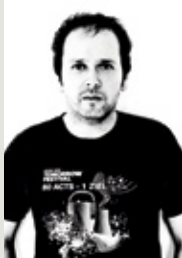
Im Interview verrät Herr Mag. Aschauer wie das Tomorrow-Festival es als erstes Festival geschafft hat, erfolgreich den Zertifizierungsprozess des Umweltzeichens zu durchlaufen.

■ Herr Mag. Aschauer, Sie veranstalten das erste grüne Festival. Welche Motivation steckt da dahinter?
Unser Festival ist viel mehr als nur ein Musikfestival. Es ist ein politisches Festival. Und als solches ist es uns natürlich ein Kernanliegen, im Bereich des Umweltschutzes nachhaltiger und umweltschonender zu agieren, als es andere Festivals tun. Andere Festivals titulieren sich ja auch gerne als Green Event. Hierzu ist eine unabhängige Zertifizierung meines Erachtens nach ein sehr guter Weg, dass es nicht zu einem Wettbewerb nach unten, sondern nach oben kommt. Es kann nicht sein, dass sich eine Veranstaltung Green Event nennt und dann mit Einwegbechern Getränke auschenkt. Wir wollten die ersten

sein, die zeigen, dass sich die Veranstaltung eines „echten“ Green Events auch wirklich durchführen lässt.

■ Auf welche Weise schafft man das?
Wir haben es hier mit einem Punktesystem zu tun. Von der optimalen öffentlichen Erreichbarkeit über die Versorgung mit regionalen Produkten bis hin zur Zertifizierung der Druckmaterialien mit Pflanzenfarben auf Recyclingpapier oder dem Verbot von Flyern. Zusätzlich dazu lassen sich natürlich noch zahlreiche andere Punkte finden, die hinsichtlich ihrer Umweltfreundlichkeit optimiert werden können.

■ Wie sehen Sie die Zukunft nachhaltiger Festivals?
Ich bin davon überzeugt, dass nachhaltige Festivals die Zukunft sind. Ein ganz wichtiger Punkt dabei ist die stete Optimierung und Verbesserung eingefahrener Strukturen. Zum Beispiel Getränkeherstellern die Chance zu geben, ihre Dosengetränke in Mehrweggebinden zu liefern oder sonst einfach nichts mehr zu kaufen. Und natürlich muss es dem Gast auch möglich sein, sich umweltfreundlich zu verhalten. Da setzen wir an.



Mag. Martin Aschauer
PR-Manager bei Global 2000

LUKAS WIERINGER
redaktion.at@mediaplanet.com

TIPPS

CHECKLISTE

SO GESTALTE ICH EINE NACHHALTIGE VERANSTALTUNG

Bei der Organisation und Durchführung von nachhaltigen Events ist insbesondere auf folgende Themenfelder zu achten.

Klimaschutz und Mobilität

1 Wichtig ist: Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln

Material- und Abfallmanagement

2 Darauf kommt es an: Verwendung von Mehrweggeschirr

Verpflegung

3 Am besten: regionale, saisonale und Bioprodukte

Soziale Verantwortung

4 Barrierefreier Zugang, Lärmvermeidung

Kommunikation

5 Kommunikation der Maßnahmen an Öffentlichkeit

QUELLE: BUNDESMINISTERIUM FÜR LAND- UND FORSTWIRTSCHAFT, UMWELT UND WASSERWIRTSCHAFT

GREEN MEETINGS & EVENTS

Durch Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit kann jede Veranstaltung grün werden.

FOTO: SHUTTERSTOCK

NEWS



Events von morgen: Es ist der Inhalt, der zählt!

■ **Frage:** Wir werden täglich von Events überschwemmt - was macht den 'Event der Zukunft' erfolgreich und spannend?

Antwort: Entscheidend sind das Erkennen von und die Bereitschaft zum Kulturwandel. Meisterhaft sind jene Events, die es schaffen, Menschen zu berühren, durch echte und tiefe Erlebnisse.

Wir leben heute in einem 'Event-Zeitalter', meint Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Österreich und Experte in dieser Thematik: „Menschen machen Events aus allen Lebenslagen: Die Graduierung, die Geburt des Kindes, das neue Auto... Damit könnte man sagen, dass wir als Konsumenten einerseits Event-verwöhnt und andererseits vielleicht sogar Event-verstört sind“. Was wir in den kommenden Jahren als Event bezeichnen, müsse also mehr sein als der simple Versuch einer Veranstaltung mit Lachs-Brötchen und Sekt, so der Experte. „Events müssen Inhalte haben, intensiv sein und es schaffen, den Alltag auszublenden. Aber genau dies ist schwieriger geworden, weil der Alltag eine Aneinanderreihung von Events ist. Und weil intensiv nicht gleichzusetzen ist mit laut und aufwendig“.

Entscheidend ist die Idee

Es kommt auf die richtige Idee an, auf den Kern des Events, er muss die Menschen berühren. Dann kann es auch einmal etwas sehr Stilles sein, das gut funktioniert und erfolgreich ist, weiß Gatterer. Und welche neuen Trends kommen auf uns zu? „Selbstorganisierte Events, wie das



„Meisterhaft sind Events, die es schaffen, Menschen zu berühren, durch echte und tiefe Erlebnisse.“

Harry Gatterer
Geschäftsführer des
Zukunftsinstituts Österreich

Kochen in fremden Küchen oder so genannte Swap-Parties, auf denen Kleider getauscht werden zum Beispiel. Oder auch Pop-Up-Events, rund um Pop-Up-Stores, sind Teil einer neuen Eventkultur. Wie überhaupt die Verknüpfung von Verkauf im Einzelhandel und Event noch viel stärker wird. Weil das Konsumverhalten sich ändert und Gelegenheiten wichtiger werden als klassische Bedürfnisse“. Ob die Metapher 2.0 dabei nicht immer hinfalliger wird? „Eigentlich ja, weil sie nämlich die Idee transportiert, etwas entwickeln sich weiter. Vielmehr kommen aber neue Ideen und Konzepte daher, die es vielfach so noch nicht gab. Kurzum: In fast allen Bereichen des Lebens gibt es Möglichkeiten des 'Eventisierens'; kluge Köpfe werden dies nutzen.“

Events finden uns

Wie wichtig ist das Web 2.0, wie bedeutend sind soziale Netze? Wenn

ich heute dort etwas empfehle, ist es dann nicht morgen schon vergessen? Und wie viele Mitarbeiter brauche ich, um professionell zu sein, schaffe ich das allein? Gatterer: „Die Digitalisierung verändert unseren Alltag massiv. So lernen wir gerade erst, mit der Masse an Informationen und Möglichkeiten umzugehen. Im Moment ist es aber noch eine Stress-Phase - was bedeutet, nicht alles, was im Web geschieht, ist automatisch erfolgreich. In Zukunft werden wir als Konsumenten kaum nach Events suchen, denn diese werden uns finden. Und dies geschieht dann hauptsächlich über die entsprechenden Social Media Kanäle. Bis man das jedoch generalisieren kann, ist noch ein weiterer Weg zu gehen. Gleichzeitig gilt es auch zu lernen, Events nicht zu „überdigitalisieren“. Wer auf einem Event ist, sollte sich nicht fühlen wie ein Statist fürs Web, dem permanent Kameras und Mikrofone

im Wege stehen. Event-Organisatoren müssen darauf achten, nicht nur ein Online-Team zu installieren, Vielmehr ist ein 'Real-Digital-Team' vonnöten. Also eine Gruppe von Menschen, die es gut versteht, eine Verbindung zwischen der Online- und der Offline-Welt hinzubekommen.

Content-Choreographen

Die meisten Menschen wollen sich heutzutage nicht mehr nur berieseln lassen. Sie wollen etwas erleben, sie wollen Geschichten hören, andererseits werden sie von Informationen überschwemmt. Wie wird das in der Zukunft aussehen? „Man braucht eine gute Geschichte“, so Gatterer. Und Mut zur Reduktion anstelle der berühmten Bomben und Granaten, die aus allen Rohren feuern. „Meisterhaft sind Events, die es schaffen, Menschen zu berühren durch echte und tiefe Erlebnisse. Das kann dann auch gern ein Casting sein, oder nur eine Lesung. Jede Veranstaltung braucht demnach einen Kurator, Autor, Content-Choreographen: Also jemanden, der nicht nur für den Ablauf und die Organisation verantwortlich ist, sondern für den Inhalt. Und eines ist gewiss: Je mehr wir ins Digitale abdriften, desto schwieriger fällt es uns, berührende Inhalte und Geschichten zu entwickeln. Genau dort liegt aber das Potential. Wer das erkennt und umsetzt, dem werden Events gelingen - heute und morgen, egal ob offline oder online“.

MARION FUGLÉWICZ-BREN
redaktion.at@mediaplanet.com

TIPPS



'Events von morgen': Anregungen für die Planung

Der Experte hat in der Studie 'Events der Zukunft' entlang von sechs Thesen einige eher ungewöhnliche Checklisten entwickelt. Diese sollen aber nicht zum platten Abarbeiten animieren, sondern vielmehr jeden Profi zum Nachdenken motivieren. Hier ein paar Anregungen.

Kreativ

1 „Kreativität, Zeitgeist, Sinn. Aus diesen Zutaten formt sich Zukunft“, so der Geschäftsführer des Zukunftsinstituts Harry Gatterer.

Zielgerichtet

2 Die Größe eines Events ist skalierbar, sie reicht von einer Person bis zu hunderten von Personen.

Innovativ

3 Entscheidend ist, dass es Menschen mit neuen Ideen und Konzepten gibt.

Modern

4 Ebenso wichtig: dass der Kulturwandel - und damit auch das Verständnis für die digitale Sprache - vorhanden ist.

Einfach zum Nachdenken

Zufriedenheit

→ Wie finden Sie heraus, was Menschen wirklich glücklich macht?

→ Was macht Sie selbst glücklich?

Sicherheit

→ Vermitteln Ihre Events Sicherheit?

Nachhaltigkeit

→ Gibt es „grüne“ Nahrungsmittel auf dem Event?

→ Nutzen Sie den Trend zur Ökologisierung für Innovationen?

Zukunftsorientierung

→ Nutzen Sie die Kraft von großen Visionen?

→ Ist Ihr Event auch über die Gruppe der Teilnehmer hinaus relevant?

MARION FUGLÉWICZ-BREN
redaktion.at@mediaplanet.com

VOM PLAKATIERER ZUM ERFOLGS- VERANSTALTER

ERFOLGSKONZEPT

WIEN/ÖSTERREICH

Fast 500 Konzerte und Festivals organisiert Ewald Tatar jedes Jahr. Seine Agentur gehört damit zu den ganz Großen in Österreich. Aushängeschild ist das Nova Rock Festival im Burgenland, das jährlich über 150.000 Besucher anzieht. Den Weg an die Spitze musste sich der 46-Jährige jedoch hart erarbeiten.

Ewald Tatars Karriere ist ein Klassiker – ein Sinnbild für beruflichen Aufstieg und Erfolg. Angefangen hat der Burgenländer als DJ. Zehn Jahre lang legt er Platten auf, unterhält die Menschen mit Musik. Er hilft als Stagehand beim Aufbau der Festival-Bühnen, klebt Plakate, chauffiert die Musiker. Heute organisiert er selbst riesige Festivals, seine Agentur ist die größte Österreichs. „Es ist gut, dass ich das alles gemacht habe“, sagt Tatar und wischt sich die langen blonden Haare aus dem Gesicht. „So kann ich überall mitreden.“

Schlaflos auf dem Festival
35 Mitarbeiter beschäftigt der erfolgreiche Veranstalter mittlerweile. Bei den großen Festivals sind es bis zu 2000, die er dirigieren muss. „Ich bin die Schnittstelle, bei der alles zusammenläuft“, so Tatar über seinen Job. Gerade beim Nova Rock – seinem „großem Baby“ wie

er sagt – bedeutet dies jede Menge Stress: „Als 46-Jähriger ist es nicht mehr so einfach, vier Tage nacheinander nur zwei Stunden zu schlafen.“ Dennoch könne er sich nichts Besseres vorstellen, als mit und für die Musik zu arbeiten. „Wie ein Fußballer habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht – das darf man sich nur wünschen“, so der Konzertveranstalter. Genau diese Leidenschaft und Begeisterung für Musik ist es, die ihn so weit gebracht hat. Gerade das Bauchgefühl und das Gespür für aktuelle Trends seien in der Musikbranche extrem wichtig: „Du kannst der beste Theoretiker sein – aber wenn du nicht weißt, welche Band gefragt ist, nützt das gar nichts!“

Dass ihm sein Gespür für Trends nicht einfach so in den Schoß gefallen ist, gibt Tatar offen zu. Nur durch seine jahrelange Arbeit als DJ habe er sich sein Wissen über ein so breites Musikspektrum aneignen können. „Von Rock über Reggae bis zu Jazz“, überall kennt sich der Burgenländer aus und bucht auch selbst die Bands. „Als DJ habe ich bereits die ersten wichtigen Erfahrungen in der Musikbranche gemacht“, sagt Tatar. Erfahrungen, von denen er bis heute profitieren kann.

Wie unterhält man am besten die Leute? Wie reagieren sie auf die Musik? Was wollen sie hören, was nicht? Fragen, die sich sowohl ein kleiner DJ als auch ein großer Konzertveranstalter stellen muss. „Im Prinzip war meine Arbeit als DJ jedes Mal wie eine Festivalveranstaltung im Kleinen“, erinnert sich Tatar.

PROFIL

Ewald Tatar

- **Alter:**
46 Jahre jung
- **Beruf:**
Veranstalter
- **Lebenslauf:**
Durch Ewald Tatars Arbeit als DJ, Plakatierer, Stagehand und Fahrer hat er schon früh einen Einblick in das Festivalleben bekommen. Durch diesen reichen Erfahrungshintergrund ist er heute als Veranstalter für alle großen Konzerte und Festivals tätig.

Ohne entsprechende Ausbildung zum Erfolg
Anders als heute, musste Tatar seine Karriere ganz auf eigenen Erfahrungen und Versuchen aufbauen. „Als ich begonnen habe, gab es keine Ausbildungen in diese Richtung.“ Er habe nicht einmal gewusst, dass es so etwas wie den Beruf eines Veranstalters gibt. „Ich bin eigentlich erst darauf gekommen, als mich meine eigenen Kinder gefragt haben: Papa, was bist du von Beruf?“, erzählt der Burgenländer. Dass mittlerweile viele seiner Kollegen eine Ausbildung zum Veranstalter absolviert haben, betrachtet Tatar durchaus positiv: „Die Kolleg-Abgänger haben den Vorteil, dass sie ein fundamentiertes Know-How in aktuellen Strömungen und wirtschaftlichen Entwicklungen haben.“ Er selbst habe nur wenig Ahnung von Wirtschaft, sagt Tatar schmunzelnd.

Aus Fehlern lernen
Dennoch hat er es an die Spitze gebracht. Beinahe 500 Konzerte und Festivals laufen jährlich unter seiner Federführung. An manchen Tagen sind es bis zu sechs gleichzeitig. Ständig ist Tatar unterwegs, um sich einen Überblick zu verschaffen. Zeit sich zu erholen bleibt da kaum: „Die Planungen für das nächste Nova Rock beginnen am ersten Tag nach dem Festival.“ Der erste Schritt dabei ist, zu schauen, was man in diesem Jahr falsch gemacht hat oder was man in Zukunft verbessern kann. „Denn das perfekte Festival gibt es nicht“, meint Tatar und lächelt freundlich.

LUKAS DAVID WAGNER
redaktion.at@mediaplanet.com



„Wie ein Fußballer habe ich mein Hobby zum Beruf gemacht – das darf man sich nur wünschen.“

VOM KONZERT BIS ZUR GROSSVERANSTALTUNG
Ewald Tatar begeistert mit bis zu 500 Konzerten und Festivals im Jahr die Massen.
FOTO: KANIZAJ MARIJA-M.

EVENT

Wenn Ihr Event für andere den Rahmen sprengt, sind Sie bei uns genau richtig.

LUX&LAURIS Supreme Catering - Ihr professioneller Partner für Großveranstaltungen mit klaren Ansprüchen an Qualität, Professionalität und Setup der besonderen Art.
WWW.LUXUNDLAURIS.AT ★





INTERVIEW

Elf Festivals auf einen Streich

■ **Frage:** Wodurch unterscheidet sich das Donauinselfest von anderen mehrtägigen Musikfestivals?

Antwort: Durch das sehr umfangreiche Nachmittags- und Rahmenprogramm ist das Donauinselfest auch für Familien besonders interessant und nicht nur für Musikfans ein Highlight.

Eigentlich war sie nur ein Nebenprodukt des Wiener Hochwasserschutzes, ein 21 Kilometer langer Aushub-Erdhügel mitten im Fluss: die Donauinsel. Doch mittlerweile ist sie eines der beliebtesten Wiener Ausflugsziele. Und einmal im Jahr verwandelt sich die Insel zur größten Freiluftbühne Europas. Mit rund drei Millionen Besuchern ist das Donauinselfest nicht nur der Höhepunkt im österreichischen Festival-Kalender. Musikbegeisterte aus ganz Europa reisen jedes Jahr dafür extra nach Wien.

„Das Donauinselfest wird in den nächsten Jahren den europäischen Gedanken vertiefen und die Kooperation mit anderen europäischen Festivals noch weiter verstärken“, sagt Thomas Waldner, der heuer zum ersten Mal das Donauinselfest organisiert – und das zu dessen 30. Jubiläum. „Ein so großes Gratis-Festival findet auch im Ausland viel Anklang“, sagt der Projektleiter. Viele der Festivalbesucher kommen von außerhalb Wiens – aus den Bundesländern sowie auch aus dem Ausland. „Viele verbinden das

Donauinselfest mit einem Wienbesuch“, sagt Waldner. Dies sei mit ein Grund, warum sich das Donauinselfest von klassischen Musikfestivals unterscheidet. „Wir bieten auch ein umfangreiches Familien-, Kinder- und Sportprogramm“, so der Veranstalter.

Gemeinsame Richtung zum Erfolg

Dass ihm mit dem größten Freiluft-Festival Europas eine organisatorische Mammut-Aufgabe bevorsteht, ist sich Waldner durchaus bewusst. Schon seit einigen Jahren ist er Teil des Organisationsteams, das er nun anführt. „Meine Aufgabe ist es, die Interessen auf den kleinsten gemeinsamen Nenner zu bringen“, sagt Waldner. Gerade bei einer Veranstaltung in dieser Größenordnung sei wichtig, das gleiche Ziel zu verfolgen. Keine leichte Aufgabe bei einem so großen und vielfältigen Festival: „Mit unseren elf Festivals ist es so, als würden wir elf Festivals in einem großen Festival zusammenfassen.“

„Im Bereich Sicherheit haben wir in den letzten Jahren eine Vorreiterrolle übernommen“, meint Waldner mit Blick auf die zurückliegenden, erfolgreichen Veranstaltungen stolz. Gerade, weil die Veranstaltung auf einer Insel stattfindet, stellt die An- und Abreise zum Donauinselfest eine besondere organisatorische Herausforderung dar. Allein die U-Bahnen können innerhalb von nur drei Minuten über 1000 Menschen auf die Insel befördern.

Damit das Donauinselfest auch in diesem Jahr ein Erfolg wird, haben Waldner und sein Team gleich nach dem Ende des Projekts mit der Planung für die Jubiläums-Veranstaltung begonnen.



Thomas Waldner
Projektleiter des
größten Open-Airs
Europas

LUKAS DAVID WAGNER

redaktion.at@mediaplanet.com

no **pro**blaim
Aufblasbare Werbeträger

Wer an aufblasbare Werbeträger denkt, der hat unweigerlich die no problaim Werbeträger GmbH im Sinn – und das nicht ohne Grund. Seit 1995 beschäftigen wir uns ausschließlich mit der Entwicklung, der Produktion und dem Vertrieb von Inflatables und Blow Ups und gehören zu den Begründern und führenden Anbietern im Bereich aufblasbarer Werbemittel. Aufblasbare Werbeträger wirken! Dessen sind sich immer mehr Unternehmen bewusst und vertrauen auf die enorme Werbewirkung von Inflatables und Blow Ups.

Aufblasbare Werbeträger – Die Vorteile von Inflatables und Blow Ups:

- Optimaler Blickfang durch Größe
- Einsatz bei allen Indoor und Outdoor-Veranstaltungen
- Outdoor-Einsatz bei jeder Jahreszeit
- Ultimative Mobilität und schneller Aufbau
- Flexible Gestaltungsmöglichkeiten Ihrer aufblasbarer Werbeträger
- Umsetzung individueller Kundenwünsche (Größe, Form, Druck) auf höchstem Niveau

**WIR BLASEN AUF.
SIE FALLEN AUF.**



no problaim Werbeträger GmbH
Schuster-Straße 4
2111 Tresdorf / Wien

Tel +43 (0)2262 64 65 00
Fax +43 (0)2262 64 65 00
www.noproblaim.at

NEWS



Emotionale Sinnesansprache bei Events

Mit einigen kleinen Details, die neben unseren fünf Sinnen einen weiteren anspricht, lässt sich der Erfolg einer Veranstaltung meist schon enorm steigern. Heute muss es ein besonderes emotionales Ereignis sein.

„Die drei Erfolgskriterien bei der Organisation eines einzigartigen Events sind frei nach dem Hotelgründer Conrad Hilton Research, Research und Research“, scherzt Erik Kastner, MBA. Als Geschäftsführer einer heimischen Marketingagentur mit dem Spezialgebiet Emotional Events weiß er, wovon er spricht. „Je mehr Information ich über das Produkt, das emotional inszeniert werden soll, habe, desto besser kann das Konzept darauf abgestimmt werden.“

Event als Kommunikationsstrategie

Laut Erik Kastner ist der Event als integriertes Element einer Kommunikationsstrategie von großer Bedeutung. Da reicht es heute nicht mehr, die Besucher nur mit schmackhaftem, gut riechendem Essen und Musik zu verwöhnen. „Mit einigen kleinen Details, die einen weiteren Sinn ansprechen, lässt sich der Erfolg der Veranstaltung meist schon enorm steigern. Heute besucht niemand mehr ein Event, weil es dort kostenloses Essen gibt. Heute muss es schon ein besonderes emotionales Ereignis sein, um potentielle Besucher neugierig zu machen, anzulocken und damit in Erinnerung zu bleiben.“



Haptische Erlebnisse sind wichtig

Denn laut dem Experten geht es immer nur um den Event selbst. „Der Event als fixer Bestandteil der Kommunikationsstrategie eines Unternehmens ist ein Tool, das immer wichtiger wird. Nur dann, wenn sich

„Der Event als fixer Bestandteil der Kommunikationsstrategie eines Unternehmens ist ein Tool, das nicht mehr wegzudenken ist.“

Erik Kastner, MBA
Certified Event Master und Mitglied bei EMBA, ISES, MPI

der Event integriert und Bestandteil wird, funktioniert er in der Gesamtkommunikation. Und dazu braucht es eine fundierte, emotionale Sinnesansprache an die Besucher.“ Neben dem Geschmack, dem Geruch und dem Sound werden auch haptische Erlebnisse bei Veranstaltungen

immer wichtiger. „Angenommen, auf einer Messe gehen Besucher über harten Industrieboden in einer lauten Halle. Nur an einem Messestand gibt es neben ruhiger Musik, mit der die Umgebungsgeräusche abgeschirmt werden, auch einen sich gut anfühlenden, flauschigen Teppich und angenehmes Licht. Und wenn es dann dort auch noch angenehm duftet, wird an dem Stand mächtig was los sein!“

Zusammenspiel der Sinne

Doch kommt es immer auf das Zusammenspiel der Sinne an, um sich von der Konkurrenz abzuheben und nachhaltig in Erinnerung zu bleiben. „Das Entscheidende ist die Kombination und die Intensität der Sinnesansprache. Der Teppich oder das Licht allein reichen nicht. Das ausgewogene Zusammenspiel der Aktivierung der verschiedenen Sinne ist das Wesentliche“, erklärt der Experte für gezielte Sinnesansprache bei Events. Ein weiterer, wichtiger Punkt ist laut Kastner der Erlebnischarakter. „Ein Event muss ein Erlebnis sein, eine eindeutige Geschichte erzählen und so viele Sinne wie möglich ansprechen, um in positiver Erinnerung zu bleiben. Oftmals ist es deswegen auch notwendig, sehr stark zu überzeichnen, um sich von den bis zu 10.000 täglich auf uns einprasselnden Werbebotschaften abzuheben. Diese Erlebnisstrategie rüberzubringen ist das große Geheimnis und die enorme Herausforderung eines erfolgreichen Events.“

LUKAS WIERINGER
redaktion.at@mediaplanet.com

WEITERBILDUNG

Das Wissen liegt im Publikum

Im Oktober findet erneut die Access 2013 Messe – die Fachmesse für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events – statt. Die wichtigste und größte Plattform der österreichischen Tagungs- und Eventwirtschaft feiert dieses Jahr ihr 10-jähriges Jubiläum.

Am 7. und 8. Oktober 2013 wird die Hofburg Vienna zum zehnten Mal Austragungsort der Access – Fachmesse für Kongresse, Tagungen, Incentives und Events, DER Informationsplattform für alle Planer und Organisatoren von Veranstaltungen, Kongressen, Produktpräsentationen, Pressekonferenzen, Seminaren und Feiern für Mitarbeiter und Kunden. 200 Aussteller aus allen Bereichen der österreichischen Tagungswirtschaft präsentieren ihre Produkte und Dienstleistungen, bieten neue Ideen für die innovative Planung und erfolgreiche Organisation von Veranstaltungen und haben für jeden Event das richtige Angebot.

10-jähriges Jubiläum

2013 ist ein besonderes Jahr für die Access – sie feiert ihr 10-jähriges Bestehen. Anlässlich des Jubiläums planen die fünf Trägerorganisationen – austrian business and convention network (abcn) – Österreich Werbung, – Austrian Convention Bureau (ACB), – Round Table Konferenzhotels (RTK), Austrian Airlines und Vienna Convention Bureau – einige Überraschungen. Das Programm der Access Academy mit dem Schwerpunktthema: „Das Wissen liegt im Publikum – aktivieren, teilen, profitieren!“ lädt zur aktiven Teilnahme ein.

ANDREA WEINBERGER
redaktion.at@mediaplanet.com

FACTS

Zutaten für ein gelungenes Event

- **Research:** Wer einen Event gezielt auf ein Produkt ausrichten will, sollte so viel wie möglich über das Produkt wissen. Nur so kann es gezielt emotional inszeniert werden.
- **Emotionen:** Das Geheimnis eines erfolgreichen Events ist die emotionale Sinnesansprache. Wer bei Besuchern Gänsehaut auslöst oder für wohliges Kribbeln sorgt, bleibt in Erinnerung.
- **Fünf Sinne:** Je mehr Sinne bei einem Event angesprochen und

stimuliert werden, desto erfolgreicher wird die Veranstaltung sein. Spreche ich drei Sinne der Besucher an, wird die Grundstimmung positiv sein. Der Erfolg der Veranstaltung lässt sich mit einem Mehr an angesprochenen Sinnen progressiv steigern.

- **Erlebnisse:** Der Event an sich sollte stets Erlebnischarakter haben. Nur so schafft man es, in Erinnerung zu bleiben. Das Rüberbringen der Erlebnisstrategie ist die große Herausforderung.



The Drama Experience.
www.gerriets.at

- TON
- LICHT
- VIDEO/MULTIMEDIA/GROSSPROJEKTIONEN
- BÜHNE/TRUSSING
- SPECIAL FX
- FLOGOS
- DEKORATION
- EASYSTRETCH
- VISUALISIERUNG
- DJ-EQUIPMENT

Innovativ Gestaltete Event Lösungen | I.G.E.L. | www.derigel.at

Concept Solutions Veranstaltungstechnik GmbH ist seit Jahren Ansprechpartner für führende Eventagenturen und Szeneveranstalter. Wir stellen nicht nur aus, sondern bieten qualitativ hochwertigen Event-Support. Und: **WIR SIND IMMER STATE OF THE ART!**

[Der I.G.E.L. wirkt. Seien Sie sicher >>]

Das Team von Theuer & Punzet Eventcatering, ist Garant für innovative Kooperation, höchste Qualität, präzise Ausführung und unvergessliche Eindrücke für Ihre Gäste.

Ob Business-Tagung, Firmenveranstaltung oder Galadinner. Das Team von Theuer & Punzet realisiert Ihren Event in optimaler Professionalität und Kreativität.

Den jeweiligen Anforderungen entsprechend, wird jedes Projekt individuell gestaltet, um so jeden Event nachhaltig sowohl für Gastgeber als auch für Gäste in kulinarischer Erinnerung zu halten.

Spargelfeldstraße 191, 1220 Wien
T +43(0)5 0555-31233
F +43(0)5 0555-31234
office@theuer-punzet.at
www.theuer-punzet.at

EXPERTENPANEL

	Florian Weber, MBA Geschäftsführer Concept Solutions Veranstal- tungstechnik GmbH 	Dr. Andreas Paller Geschäftsführer von Gerriets Handel GmbH 	Adolf Blaim Marketing/Verkaufs- leiter bei no problem Werbeträger GmbH 	Robert Theuer Geschäftsführer der Theuer & Punzet Eventcatering OG 
Frage 1: Ohne die richtige Ausstattung funk- tioniert bei einem Event nichts. Was sind die neuesten Trends und Technologien in der Branche?	Es wird vor allem an der Effizienz- steigerung gearbeitet .Ziel ist es, Produkte immer kompakter, leis- tungsfähiger und variabler zu ent- werfen.Großes Thema ist die Reduk- tion des Stromverbrauchs bei gleich- zeitiger Steigerung des Outputs. Schwerpunkt liegt in der LED-Techn- ik - es werden immer mehr Funk- tionen in die Scheinwerfer integ- riert,wodurch komplexe Lichtsitua- tionen erzeugt werden.In der Video- technik werden höhere Auflösungen und steigende Helligkeit bei strom- reduzierender Technologie forciert. Hier spielt LED-Technik ebenso eine essentielle Rolle.	Textilien in Kombination mit Bewegungstechnik werden auch in Zukunft bei Veranstaltungen nicht wegzudenken sein. Die Vielseitig- keit, Flexibilität und der Preis-Leis- tungsfaktor der Materialien spre- chen für den Einsatz von Stoffen. Moderne Produktionstechnologien und Klebetechniken erlauben es zu- sehends, unterschiedliche Materi- alien miteinander zu kombinieren. Als Beispiel sei hier „Formtex“ ge- nannt, eine Symbiose aus formba- rem Trägermaterial und textiler Ka- schierung.Es wurden die Eigen- schaften eines Textils und einer modellierbaren Alu- miniumfolie vereint.	Aufblasbare Werbeträger sind bei Events nicht mehr wegzudenken. Das reicht von klassischen Werbe- säulen bis zu unübersehbaren Start- und Zielbögen bei Sportveranstal- tungen.Aber auch Zelte und Überda- chungen,die groß und gekonnt den Markennamen oder das Produkt prä- sentieren sind beliebt.So auch Hüpf- burgen, Werbezeppeline, Bojen und Messestände.Die Formen der Infla- tables werden immer ausgeklügelter und detaillierter dargestellt. Ein we- sentlicher Vorteil besteht darin, dass sie einfach zu montieren und aufzustellen sind - unüber- sehbar vor Ort, aber klein beim Transport.	Die Trends gehen zur Innovati- on von Altbewährten. Das gängi- ge Fingerfood findet seine Neuinter- pretation in der Hochwertigkeit der Grundprodukte,bei Buffets wird die Qualität der Speisen auch seitens der Konsumenten mittlerweile sehr hochgeschätzt. Die Grundtendenz geht hier allgemein zu Bio-, Brain-, oder Slow-Food-Produkten,auch die Nachfrage nach Fisch- und vegetari- schen Gerichten steigt stetig.Wobei selbstverständlich die internationa- len Einflüsse auf die diversen Rezep- turen den gewissen frischen Wind bringen.
Frage 2: Was kommt auf uns ab 2014 zu und wie entwickelt sich die Branche allgemein weiter?	Durch Fernsehshows ist vieles einfacher vorstellbar geworden. In den Bereichen,wo es budgetär mög- lich ist, werden immer komplexere Technikumsetzungen zum Thema - speziell verstärkt das Thema 3D,so- wohl als Mapping auf Fassaden und Einrichtungen, als auch bei klassi- schen Präsentationen.Ziel ist es sich zu steigern und Dinge darzubieten die es so noch nicht gibt.Allgemein geht die Entwicklung dahin, alles aus einer Hand geliefert zu bekom- men und sich in Bezug auf allgemei- nes Eventdesign breit aufzustellen.	In Material-Symbiosen steckt viel Potential, vor al- lem bei beschichteten Tex- tilien. Die Umstellung von natio- nalen Normen zu europaweit gülti- gen EN- Normen hat bereits stattge- funden. Die ÖNORM B3800 sowie die gern verwendete DIN 4102 werden von der EN 13501 abgelöst. Die Beur- teilung und Benennung von schwer- entflammaren Materialien unter- scheiden sich. War bei den alten Nor- men die Nomenklatur von schwer- entflammaren Materialien aus- nahmslos mit „B1“ klassifiziert, so ist bei der EN-Norm zu „B“ auch eine „Cs2D2“ -Klassifizierung möglich.	Die maßgeschnei- derte Anfertigung von Inflatables ist für die un- terschiedlichsten Events sehr wichtig.Für Säulen,Bögen,Zelte fin- det man immer pneumatische Lö- sungen. Diese Objekte werden ein- malig aufgeblasen und stehen dann im Einsatz stromlos ohne weiteren Gebläsebetrieb. Das kann schon mal von Vorteil sein, wenn man kom- plett geräuschlos agieren will oder muss bzw. keinen Strom zur Verfü- gung hat und sich dennoch groß vor Ort präsentieren will.	Für die Zukunft des Event- caterings ist der persönliche Kon- takt stärker denn je von Bedeutung. Der Kunde möchte ein Bild zu sei- nem Ansprechpartner, in dessen Verantwortung der gesamte Event gelegt wird. Stärker denn je, geht der Trend zu einem Allround-Pa- ket, wobei Flexibilität und Impro- visation in einer Hand mit profes- sioneller Abwicklung gehen. Ziel ist es,dem Kunden,selbst wenn es sich hier um den Veranstalter handelt, ein „Zurücklehnen und Genießen“ zu ermöglichen.
Frage 3: Was hat sich dank neuer Methoden ver- ändert? Was sind die Vorteile?	Die klassische Veranstaltungs- technik stellt die Basis dar. Produk- te wie Flogos, elastische Dekorati- onselemente oder Spezialeffekte las- sen ausgefallene Präsentationsmög- lichkeiten zu. Wichtige Momen- te werden dadurch verstärkt. Der Vorteil liegt in der schnelleren und unkomplizierteren Werbung, wel- che „noch nie Dagewesenes“ durch Mundpropaganda, Facebook, Twit- ter und Youtube ohne Umwege dem Kunden zugänglich macht.	Aufgrund unterschiedlichster Auftragsverfahren eröffnen der Einsatz und die Bearbeitung von Kombinationsmaterialien ungeahnte Ausdrucksmöglichkeiten.Die Ma- terialien lassen sich kleben, model- lieren,bemalen oder als Projektions- tuch verwenden.Sie eignen sich für kleine und große Flächen.Es können Vitrinen, Bühnenbilder, Veranstal- tungen oder ganze Filmsets damit designed werden. Das Schlagwort heißt 'Multifunktionstextil'. Im Bereich der Sicherheitstechnik sei erwähnt, dass mit der Umstellung auf eine einheitliche EU-Norm für schwerentflammbare Materialien ein Meilenstein gesetzt wurde.	Aufblasbare Werbeträger sind dank ihrer Größe ein unübersehba- rer Blickfang und heben sich von her- kömmlicher Werbung deutlich ab. Durch perfekt abgestimmte Innen- beleuchtung wird auch bei Dunkel- heit ein hervorragender Werbeef- fekt erzielt. Sie bieten eine hohe Le- bensdauer, selbst bei sehr harten Einsatzbedingungen. Es ergeben sich laufend neue Überlegungen und Möglichkeiten, die in den Wer- beträgern wiedergegeben werden. Deshalb werden schon oft Techni- ken angewendet und ausgefeilt, die ihrer Zeit voraus sind und erst viel später marktreif werden.	Aufgrund der technischen Innovationen der letzten Jah- re im Catering-Technikbereich, ist es mittlerweile möglich, auch bei großen und länger andauernden Veranstaltungen mit Highlights wie, am Punkt gegartes Fleisch und gla- sigem Fisch, aufzutreten. Diese Ent- wicklung hat einen wesentlichen Fortschritt im Bereich des Eventca- tering gefördert. Durch regelmä- ßigen Besuch auf diversen Fachver- anstaltungen, sowie fachspezifi- schem Austausch mit dem Mitbe- werb bleibt man immer am newest- en Stand und kann so die Entwick- lungen von Anfang an mitverfolgen, wenn nicht sogar mitbestimmen.



event-designer.at
MIETMÖBEL FÜR BESONDERE EVENTS

Das Blumenmädchen von Holland Blumen Mark

Holland Blumen Mark stärkt den B2B-Bereich und bietet dazu eine breite Palette an Möglichkeiten. Von der Eventausstattung, über Dekoration für Büroräume, Geburtstagsgrüße für Mitarbeiter bis hin zu individuellen Blumengrüßen und neuen, kreativen Ideen!

**Hierfür gibt es ab sofort eine zentrale Stelle für Blumenwünsche:
Das Blumenmädchen!**

Unter blumenmaedchen@hollandblumenmarkt.at können alle Blumenwünsche deponiert und ein persönlicher Beratungstermin vereinbart werden.

Das Blumenmädchen stellt individuelle Blumensträuße zusammen.
Ob als Geschenk für MitarbeiterInnen, Dekoration für Büroräumlichkeiten oder Veranstaltungen.

Schönste Blüten werden zu traumhaften Sträußen kombiniert. Weiters bietet das Blumenmädchen frische Schnittblumen, aus dem großen Sortiment an Einzelblumen, das ganze Jahr über an.

Es kann auch aus dem saisonal abgestimmten Blumensortiment gewählt werden. Sonderwünsche für exklusive Blumengrüße sowie spezielle Anfragen werden gemeinsam mit dem B2B-Partner ausgearbeitet.

Frische Blumen- und Pflanzenarrangements für jeden Anlass werden ganz nach Ihren Vorstellungen gestaltet und Dekorationspflanzen können gekauft oder für die Dauer des Events gemietet werden.

VORTEILE FÜR BUSINESS-PARTNER:

- die frischesten Blumen und schönsten Deko-Ideen
- bei jedem Einkauf -15% Rabatt (nicht auf reduzierte Ware)
- Anlieferung direkt zum Business-Partner oder in eine Filiale der Wahl
- Frischetipps zu jeder Bestellung!



Romana Schneider
Marketing- und
Vertriebsleitung
blumenmaedchen@
hollandblumenmarkt.at
[www.hollandblumenmarkt.at/
B2B-Shop](http://www.hollandblumenmarkt.at/B2B-Shop)



So frisch, dass man
sie noch wachsen hört.

NEWS

TIPP
4DIE LOCATION IST
ENTSCHEIDEND

Österreichs breitgefächerte Locationlandschaft

Österreich bietet ein breites Spektrum an innovativen, einzigartigen und modernsten Juwelen im Bereich Location. Von Wien bis Vorarlberg ist für **jedes Event und für jeden Geschmack** etwas dabei – von Tagungen, Seminaren, Incentives bis hin zu Galaveranstaltungen und Cocktailpartys.

BRANDBOXX SALZBURG GMBH



- Geeignet für Tagungen, Kongresse, Messen, Bälle und andere Events
- 6.500 m² Eventfläche
- 7 multifunktionale Veranstaltungsräume, frei kombinierbar, für bis zu 3.000 Personen
- Über 1.000 Parkplätze
- Küche, Restaurant und mobile Bars im Haus
- Unmittelbare Nähe zu Stadt und Autobahn

Brandboxx Salzburg GmbH
Moosfeldstraße 1 · 5101 Bergheim bei Salzburg
T: +43 (0)662 4687-0
E: salzburg@brandboxx.eu
W: brandboxx-events.at

PALAIS SCHÖNBURG



Die „Residenz für Events“ in Wien 4, Rainergasse 11, steht inmitten einer 15.000 m² großen Parkanlage. Das Palais bietet den stilvollen Rahmen für private Feste, Firmenfeiern, Seminare, Produktpräsentationen und Vieles mehr.

PALAIS SCHÖNBURG
Rainergasse 11 · 1040 Wien

Palais Schönburg Eventmanagement
Gertner Immobilien GmbH
Fillgradergasse 7 · 1060 Wien, Österreich
T: +43-1-588 10 – 21; +43-664-1 148 148
F: +43-1-588 10 88
E: palais-schoenburg@gertnergroup.com
W: www.palais-schoenburg.at

BURG PERCHTOLDSORF

DIE NEUE LOCATION VOR DEN
TOREN WIENS

Ob Tagungen, Bankette oder Messen im Neuen Burgsaal, Feiern jeder Art im historischen Festsaal oder in der Rüstkammer: Seit ihrer Erweiterung 2010 ist die Burg Perchtoldsdorf Eventlocation Nr. 1.

BURG PERCHTOLDSORF
Marktplatz 11 · 2380 Perchtoldsdorf
Ansprechpartner: Dr. Ingrid Pachmann
T: +43/1/866 83-211
E: burg@perchtoldsdorf.at
W: www.burg-perchtoldsdorf.at

FREIRAUM I GMBH

BUSINESS UND NATUR – NUR DURCH
EINE GLASSCHEIBE GETRENNT

Der FREIRAUM – die Eventlocation am Genießerberg Ahorn in Mayrhofen. Auf 2.000 m Seehöhe werden Ihre Veranstaltungen zum echten Erlebnis.

FREIRAUM I GmbH
Ahornstraße 853 · 6290 Mayrhofen
T: +43 (0)528 56 22 77
E: freiraum@mayrhofner-bergbahnen.com
W: www.freiraum-mayrhofen.com

GASTKOMMENTAR

Innovative Locations in Wien und Österreich

Innovation steht für Erneuerung – wie können Locations innovativ sein? Es geht heutzutage nicht mehr darum, einfach Locations zu vermieten oder anzumieten.

Heutzutage geht es darum, die Veranstaltung, den Kongress so attraktiv zu gestalten, dass die Besucher oder Teilnehmer mit einer einzigartigen Erfahrung nach Hause, an ihren Arbeitsplatz zurückkehren. Was nehme ich von der Veranstaltung mit, das ich im weiteren Berufsleben umsetzen kann? Locations sind mehr und mehr gefordert, innovative Veranstaltungskonzepte zu liefern und Teil des Gestaltungsprozesses in der Organisation zu werden.

Die Kunst liegt im Detail

Die klassischen Raumbedürfnisse des Kunden sind die Basis, der Erfolg einer Veranstaltung sind aber die kooperativen, kreativen Arbeitsprozesse, bei denen der Veranstalter, die Location und letztendlich auch

die Teilnehmer zusammen eine einzigartige Veranstaltung kreieren. Die Innovationskraft der Location liegt in den Hilfsmitteln, die nicht nur zur Verfügung gestellt, sondern auch punktgenau für jede Veranstaltung eingesetzt werden. Die Location spielt hier eine entscheidende Rolle, Erfahrungen weiterzugeben und innovative Lösungen anzubieten.

Technische Veränderungen

Natürlich wird es auch zukünftig den Techniker geben, aber es wird auch einen Lichtmanager geben, der für jede Sitzung das richtige Licht zur Verfügung stellt – kleinere Sitzungen wie Workshops benötigen eine andere Lichtinszenierung als eine Plenarsitzung. Locationmanager verabschieden sich von der traditionellen Bestuhlung der Vortragssäle, neue Formen der Bestuhlung, abgestimmt auf die erforderliche Kommunikation zwischen Teilnehmern und Vortragenden, so unterschiedlich diese auch sein möge, werden eine Schlüsselrolle bei Tagungen spielen.

LOCATIONMANAGEMENT

„Innovation bei Locations bedeutet zu reflektieren.“



Christian Mutschlechner
Präsident des Vienna Convention Bureau

Catering als wesentliches Element

Locations müssen aber auch im Cateringbereich innovativ tätig sein, die klassische Kaffeepause, wie wir sie aus den vergangenen Jahren kennen, werden passé sein. Neues Design, das sich an den Erkenntnissen der Ernährungsforschung orientiert und gefällig für das Auge präsentiert wird, ist zukünftig ein wesentliches Element, um sich als Location weiterzuentwickeln.

Architektur und Innovation

Innovation bei Locations bedeutet aber, architektonisch zu reflektieren und zu berücksichtigen, was eigentlich Tagungen und Kongresse sind – Wissensplattformen, Ausbildungsplattformen, Wissensbörsen, Netzwerkbörsen – die innovative Wirkung im Gebäude wird zunehmend wichtiger.

Einfach eine äußerlich schöne Location zu bauen ist nicht im Sinne der Innovation, die die Tagungsindustrie von Locations benötigt.

STATISTIK

Gute Gründe für Österreich

Topographie

- Wien ist laut ICCA Ranking auf Platz 1 weltweit
- Lage, Sprache, Klima und stabile wirtschaftliche Lage

Kongresskompetenz

- Bei der ICCA Statistik 2006 steht Österreich an Platz 8 weltweit mit internationalen Kongressen & Conventions
- Wien war immer unter den ersten drei Positionen in den letzten Jahren
- Multifunktionale Kongress- und Veranstaltungszentren mit Messe- und Ausstellungshallen
- Ausgezeichnete Hotellerie
- Qualitativ hochstehendes Kulturangebot
- Exzellentes Dienstleistungsangebot

Kultur & Tradition

- Reiches Kulturerbe
- Regelmäßig wiederkehrende Festspiele und Ereignisse
- Wiener Philharmoniker als eines der weltbesten klassischen Orchester; bespielen die Wiener Staatsoper
- Vielfalt des Museumsangebotes von Klassik bis Moderne
- Natur, Landschaft und Kulinarik

Quelle: Austrian Convention Bureau



Hoch hinaus mit den Eventwolken

Wolke 19 im Ares Tower und Wolke 21 im Saturn Tower – die bekannten Eventwolken gehören zu den herausragendsten Eventlocations der Stadt Wien. Eine Tatsache, die sich mittlerweile herumgesprochen hat. Von privaten Feierlichkeiten bis hin zu Businesssevents, von raffinierten Lichtstimmungen bis hin zu kulinarischen Highlights – außergewöhnliche Momente verlangen nach einer besonderen Location mit dem entsprechenden Ambiente, und das versprechen die Eventwolken über den Dächern Wiens.

Hinter diesem Erfolg steckt Claudia Wieser und ihr professionelles Organisationsteam mit einem breit gefächerten Erfahrungsschatz und einem stark ausgeprägten Servicegedanken. Kombiniert mit flexiblen Wahlmöglichkeiten an externen Dienstleistern und einer facettenreichen Organisationsgestaltung, inszeniert das Eventwolken-Team jede Veranstaltung nach individuellen Kundenwünschen und verleiht dem entsprechendem Rahmen eine persönliche Note.

Alle Informationen zur Wolke 19 und Wolke 21 finden Sie unter www.eventwolken.at

So weiß das erfahrene Organisationsteam die stylischen Räumlichkeiten der Wolke 19 und Wolke 21 auf moderne Art und dem Anlass entsprechend in Szene zu setzen. Flexibilität und Service werden bei der Planung stets groß geschrieben und von dem engagierten Eventteam mit leidenschaftlicher Routine umgesetzt.

Unvergesslich bleibt auch der sensationelle Panoramablick, der bei den Gästen immer wieder für einen bleibenden Eindruck sorgt: Ob auf der luftigen Terrasse oder hinter großzügig gestalteten Fensterflächen – direkt an der Donau gelegen bieten die Wolke 19 und Wolke 21 als einzige Eventlocations der Stadt einen spektakulären und unverbauten Blick auf die Wiener City.

Die Eventwolken – zwei trendige Locations mit persönlichem Charakter und der Garantie, Veranstaltungen hoch hinaus gehen zu lassen.





VILA VITA Pannonia ****
Der Eventprofi im Burgenland

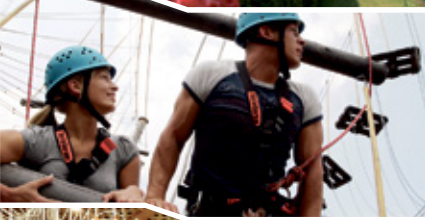
Das Hotel und Feriendorf VILA VITA Pannonia bietet mit einem 200 Hektar großen Gelände die optimalen Rahmenbedingungen für ganz besondere Events.

Professionelle Organisation, hervorragende Verpflegung, eigenes Coaching-Team.. erwarten Sie nur eine Stunde von Wien entfernt.

- Seminare und Konferenzen im Anneliese Pohl Energiezentrum (2009 mit dem Staatspreis für Tourismus ausgezeichnet)
- Outdoorerevents, Incentives und Betriebsausflüge
- Großveranstaltungen in der Multifunktionshalle
- Galaveranstaltungen in der Seewinkelhalle

Wir sind ausgezeichnet.





VILA VITA
PANNONIA
★★★★
Storchengasse 1
T +43(0)2175/2180-0
F +43(0)2175/2180-444
E info@vilavitapannonia.at
www.vilavitapannonia.at



YOUR OFFICE
Managed Business Services

Konferenzen | Events | Büros
Und Ihr Auftritt ist perfekt.

4
TOP Locations
in Wien



Kontakt

Mag. Natascha Stiefsohn

T +43/1/71 72 80

E natascha.stiefsohn@youroffice.at

www.youroffice.at



S K Y B O X

Vienna's top event location

Sie suchen eine außergewöhnliche, exklusive und flexible Veranstaltungslocation? Einen Ort mit erhabenem Ausblick über Wien und die Donau? Schnell und einfach zu erreichen? Mit moderner Technik für jeden Anspruch ausgestattet?

Ob Konferenz oder Galadinner, Seminar oder Kunden-event: Die SKYBOX im 10. Stockwerk des CATAMARAN in 1020 Wien am Ufer der Donau lässt keine Wünsche offen.



www.skybox-vienna.com



Perfekte Räumlichkeiten für eine perfekte Veranstaltung

www.skybox-vienna.com

SKYBOX | Johann-Böhm-Platz 1 | 1020 Wien | 10. Stock | Liftgruppe A | Telefon: +43 1 53444-39618 | Fax: +43 1 53444-100999 | E-Mail: office@skybox-vienna.com