

Special Meetings | Incentives | Conventions | Events

INHALT

Jürg Schmid hofft auf stabile Zeiten

Der Direktor von Schweiz Tourismus hat für 2013 keine riesigen Erwartungen an das Seminar- und Tagungsgeschäft. «Als realistisches Szenario erwarten wir ein insgesamt gehaltenes Volumen.» Weil in den Europa-Märkten die Entwicklung weiterhin rückläufig verlaufe. **Seite 39**

Das «Aura» ist ein Zufallsprodukt

Vor einem Jahr ging Philippe Haussener, Chef der Tao Group, nichtsahnend an der Alten Börse vorbei. Eigentlich war er nur am leer stehenden Restaurant interessiert. Doch die Stadt Zürich als Besitzerin wollte ein Paket mit Saal im 1. Stock vermieten. So wurde das «Aura» geboren. **Seite 40**

Marbet inszeniert neue Volvo Trucks

Die Agentur der Würth-Gruppe hatte den Auftrag, die jüngste FH-Modellreihe des schwedischen Camion-Herstellers in der Schweiz zu lancieren – vor einem Publikum, das primär aus Lastwagenfahrern und Transportunternehmern bestand. Ein Augenschein in der Messe Zürich. **Seite 42**

So motiviert Unilever-Tochter ihr Personal

Oswald Nahrungsmittel führt den Firmenanlass Mitte Dezember seit mehr als zehn Jahren im Seedamm Plaza durch. Dass er in eine Periode fällt, in der im Kongresshotel täglich Weihnachtsessen stattfinden, ist eine Herausforderung, weil das übrige Geschäft parallel dazu weiterläuft. **Seite 44**

Das WEF zieht Hotelketten an

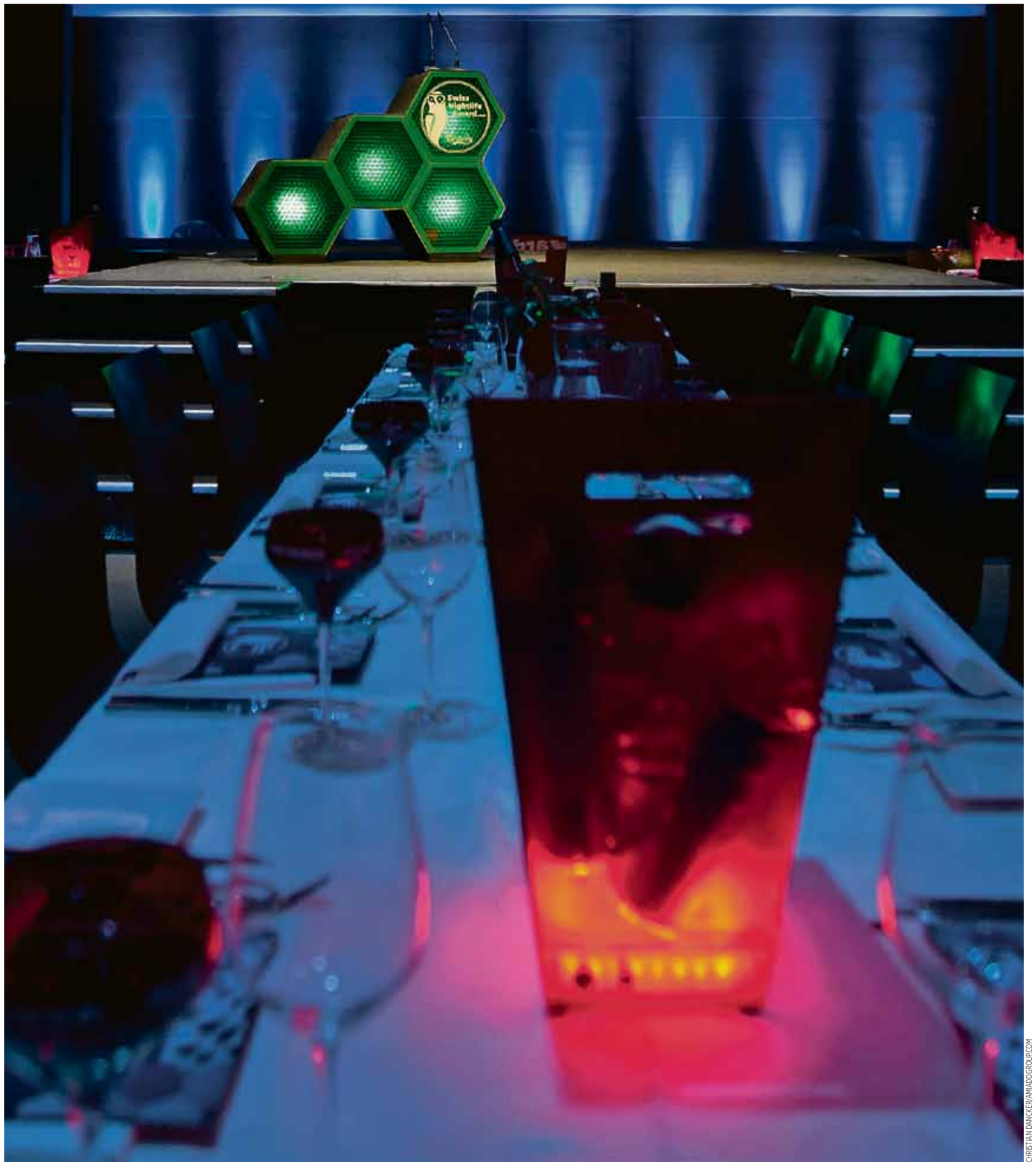
Hilton hat vor kurzem mit dem ersten alpinen Garden Inn in Davos debütiert. Bis in einem Jahr steht das Hotel von Intercontinental am Eingang zum Flüelatal bereit. Die amerikanischen Giganten gesellen sich zu den ausländischen Ketten, die vor Ort schon Häuser betreiben. **Seite 47**

VERANTWORTLICH FÜR DIESEN SPECIAL:
NORMAN C. BANDI

FOTO-SERIE

Die Bilder der Beilage zeigen das Innenleben der Veranstaltungsorte in der Schweiz sowie Menschen an und hinter den Events. Im Bild unten ist der Lounge-Bereich der öffentlich zugänglichen Bar des «Aura» zu sehen.

Fotos: Agenturen, Fotografen, ZVG



Neuste Eventlocation der Schweiz: Das «Aura» in Zürichs Alter Börse hatte seine Feuertaufe Mitte Januar mit der Dinershow für die Verleihung des Swiss Nightlife Award.

Jede fünfte Logiernacht

Hotellerie Das Seminar- und Tagungsgeschäft ist für das nationale Gaststättengewerbe viel lukrativer als bislang geschätzt. Das belegt der erste «Meetings-Report» von Schweiz Tourismus.

NORMAN C. BANDI

Die Hotellerie bleibt unter Druck. Der starke Franken setzt ihr zu. Viele Gäste kehren der Schweiz den Rücken – vor allem aus der Euro-Zone. Laut dem Bundesamt für Statistik kumulierte sich die Zahl der Logiernächte von Januar bis November 2012 auf 32,2 Millionen. Dies entspricht einer Abnahme von 2,9 Prozent gegenüber derselben Vorjahresperiode. Die ausländische Nachfrage registrierte 17,7 Millionen Logiernächte (minus 4,2 Prozent). Die inländische Nachfrage verzeichnete 14,5 Millionen Logiernächte (minus 1,2 Prozent).

Umso wichtiger ist es für das hiesige Gaststättengewerbe, zu wissen, welche

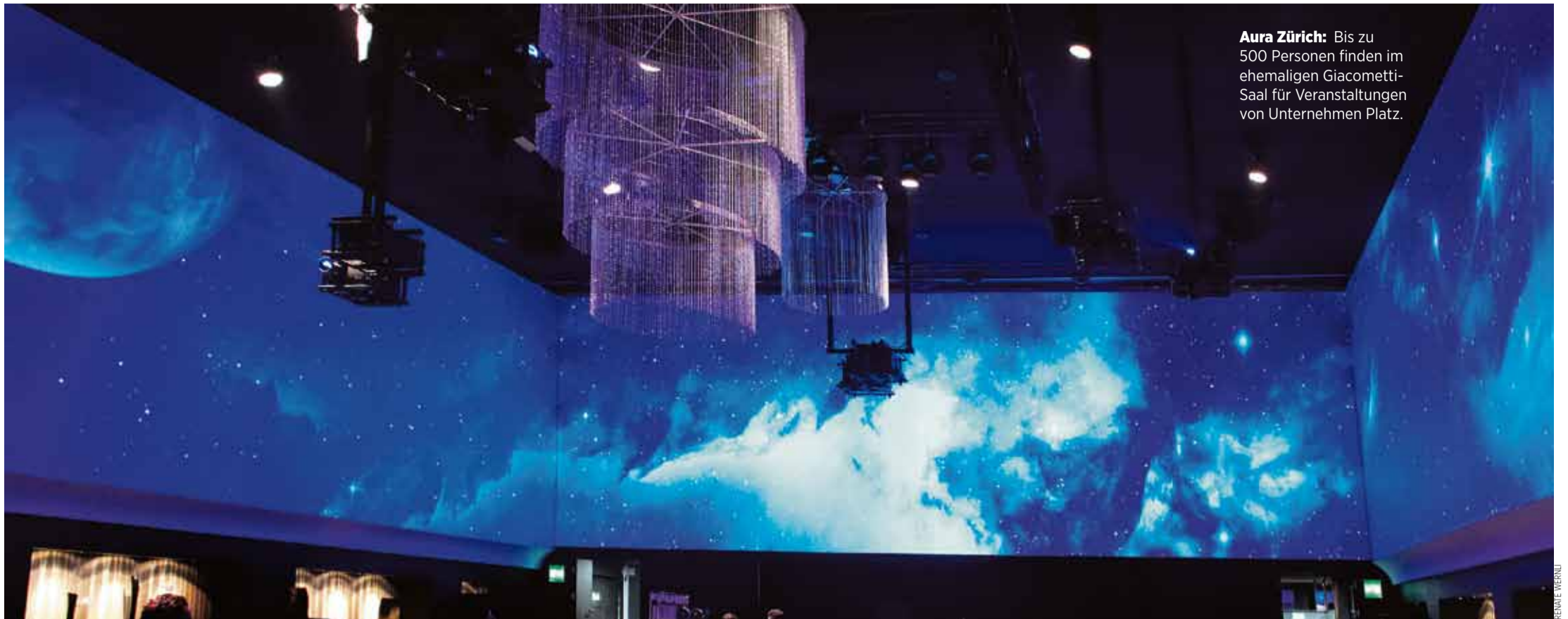
Absatzkanäle eine Zukunft haben. Da kommt der erste «Meetings-Report» von Schweiz Tourismus wie gerufen. Die Hauptidee gleicht einer Sensation. Die erste ganzheitliche statistische Erhebung zum MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Events) für alle Veranstaltungen ab zehn Personen zeigt, dass 19 Prozent der 2011 verzeichneten Hotelübernachtungen von Meetings-Teilnehmern generiert wurden. Mit anderen Worten 6,6 Millionen bei einem Total von 35,4 Millionen. Aufgrund einer Hochrechnung auf Basis der verfügbaren Daten kann davon ausgegangen werden, dass das MICE-Geschäft 2011 einen Umsatz von 2,2 Milliarden Franken ausgelöst hat.

Das ist erfreulich. «Die vorliegenden Ergebnisse lassen den Schluss zu, dass der Meetings-Sektor in der Schweiz einen höheren Stellenwert hat, als bisher angenommen wurde. Anhand der Analyse der Daten kann davon ausgegangen werden, dass der bisher geschätzte Anteil von 5 Prozent an den Übernachtungen der Schweizer Hotellerie zu tief angesetzt war», ist im Fazit des «Meetings-Report» zu lesen.

Jede fünfte Logiernacht statt nur jede zwanzigste Logiernacht. Wie ist eine dermassen grosse Diskrepanz möglich? Jürg Schmid, Direktor von Schweiz Tourismus, rechtfertigt sich: «Wir haben erstmals das gesamte MICE-Business erfasst. Früher war es lediglich das

Volumen der grossen Kongresse und Incentive-Reisen. Jetzt ist darin auch das zahlenmässig äusserst gewichtige Seminargeschäft eingeschlossen. Nun sieht man, dass jede fünfte Übernachtung auf das wirtschaftliche Treffen, Verknüpfen, Vernetzen, Diskutieren und Denken zurückgeht.»

Ob das nationale Gaststättengewerbe auch für letztes Jahr eine so freudige Überraschung erleben wird, muss der nächste «Meetings-Report» zeigen. Klar ist, dass Schweiz Tourismus in Zukunft das MICE-Segment intensiver fördern wird. «Wir wollen der einheimischen Wirtschaft die Stärken des Meeting-Standorts Schweiz noch mehr bewusst machen», sagt Jürg Schmid.



Aura Zürich: Bis zu 500 Personen finden im ehemaligen Giacometti-Saal für Veranstaltungen von Unternehmen Platz.

Neue Brise in Alter Börse

Aura Die jüngste Eventlocation des Landes verfügt als Erste über eine 360-Grad-Projektionsfläche.

NORMAN C. BANDI

Wo einst der Aufgang zur Alten Börse in Zürich war, geht es nun zum luxuriösen Eventsaal, der direkt unter der ehemaligen Haupthalle für den damaligen Ringhandel liegt. Die neue Lokalität heisst «Aura» und befindet sich am Bleicherweg beim Paradeplatz.

Getreu der griechischen Göttin der Morgenbrise Aura weht ein frischer Wind durch das ehrwürdige Gemäuer. Anders als frühere Klubs an dieser Adresse positioniert man sich als Angebot im High-End-Segment. Das Konzept ist etwas für das Auge, weil alles auf Optik und Ästhetik ausgelegt ist.

Ein Teil der Tao Group

Prunkstück im 9 Meter hohen Eventsaal ist die 360-Grad-Projektion auf einer vier-eckigen Gesamtfläche von mehr als 400 Quadratmetern. In lückenloser Rundumsicht können Bilder und Filme visualisiert und auf Knopfdruck diverse Stimmungen erzeugt werden. Für die Übertragung sorgen acht HD-Hochleistungsbeamer. Zur Auswahl steht eine vielfältige Bibliothek von bewegten Hintergründen, Landschaften, Szenen und Effekten. 20 Videos hat das «Aura» für seine Kunden vorproduziert. Darin lassen sich Logos, Bilder und Filme der Unternehmen integrieren. Vorausgesetzt, sie erfüllen die technischen Anforderungen. Für die Anfertigung eines spezifischen Videos muss man knapp eine Woche rechnen und ein angemessenes Budget haben. Für einen Surround-Sound

wie im Kino sorgen 80 Lautsprecher. Der Effekt ähnelt dem Dolby Digital.

Noch vor der offiziellen Eröffnung am 26. Januar 2013 hatte das «Aura» seine Feuertaufe zu bestehen. Als erster Anlass überhaupt wurde hier am 12. Januar 2013 der Swiss Nightlife Award verliehen. Dabei handelt es sich um ein Joint Venture der Amiado Group (usgang.ch, partyguide.ch, students.ch) von Axel Springer Schweiz und der Below-the-Line-Agentur hipeak BTL. Gemäss Amiado-Chef Oliver Diggelmann hat bei der Premiere alles bestens funktioniert, sowohl bei der Dinnershow im Eventsaal mit rund 300 geladenen Gästen als auch bei der anschliessenden Award-Party mit fast 1200 zahlenden Besuchern im ganzen «Aura»; samt Restaurant, Foyer, Bar und Smoker's Lounge, diese Räumlichkeiten können allesamt dazu oder einzeln gemietet werden.

«Was mich aber auch nicht weiter erstaunt, schliesslich steckt hinter dem «Aura» die Tao Group, die in Zürich bereits Klubs wie das Icon oder Indochine und Restaurants wie das Asia oder Tao's betreibt und somit viel Gastronomie-Erfahrung hat», sagt Diggelmann. Einzig die 360-Grad-Projektion sei eine Hürde gewesen. Ursprünglich habe man die Fotos der Nominierten horizontal über die Leinwand laufen lassen wollen, doch weil dies eine dermassen hohe und gute Datenqualität erfordere, habe man sich mit Einspielen von oben nach unten begnügt.

«Die Idee für eine solche Eventlocation mit einer 360-Grad-Projektionsfläche hatte ich schon vor Jahren», erinnert sich Phi-

lippe Haussener, Chef der Tao Group. Um sie zu realisieren, musste er erst einmal einen Ort mit der richtigen Höhe finden. Denn die Leute sollten nicht in den Animationen sitzen, sondern darunter, und so eine freie Sicht auf alle Seiten haben.

Der Zufall stand Pate

«Vor einem Jahr bin ich an der Alten Börse vorbeigelaufen, als ich zum Squash ins nahe Luxor wollte», sagt Haussener. Eigentlich habe er sich nur für das leer stehende Restaurant interessiert. Doch die Stadt als Vermieterin habe ein Gesamtpaket loswerden wollen. «Und so schaute ich mir den Giacometti-Saal im ersten Stock an – und da realisierte ich, dass ich hier meinen Traum verwirklichen kann.»

Danach gab es laut Haussener jedoch ein paar Schwierigkeiten zu meistern. Ein Grossteil des Gebäudes stehe unter Denkmalschutz. «Nach drei Monaten Planung mit gewissen Kompromissen konnten wir im letzten August mit den Bauarbeiten beginnen.» Ein solcher Kompromiss sei ein Gemälde von Giacometti gewesen, das sich innen an der Eingangswand zum heutigen Eventsaal über die ganze Fläche erstreckte. Weil es nicht weichen durfte, wurde es zum Teil hinter Glas verbannt und davor die Bar errichtet.

Alles in allem hat sich die Tao Group ihr «Aura» einen siebenstelligen Frankenbetrag kosten lassen, wie Haussener erklärt. «Unsere Priorität bei der Vermietung liegt auf Veranstaltungen von Firmen und Privaten für 80 bis 500 Personen.» Inklusiv eigenes Catering und Service.

ZÜRICH TOURISMUS

Modernes Kongresszentrum essenziell

Ausblick Zürich Tourismus blickt optimistisch auf das junge Kongressjahr 2013. Während Unternehmen ihre Anlässe vermehrt im eigenen Land platzieren, um Kosten zu sparen, werden gleichzeitig die Compliance-Regeln weltweit zunehmend thematisiert. Individuelle Branchenkenntnisse werden nebst Sicherheit und Stabilität einer MICE-Destination (Meetings, Incentives, Conventions, Events) zu klaren Verkaufsvorteilen für Meeting-Planer und Dienstleister. Gefragt sind Ziele, in denen die Wahrscheinlichkeit hoch ist, dass Kongressteilnehmer keine Unannehmlichkeiten erfahren. Hierin sieht Uta Kroll, Bereichsleiterin Convention Bureau von Zürich Tourismus, einen klaren Vorteil für den Kongressstandort Zürich. «Qualität, Stabilität und Sicherheit werden oftmals wichtiger als der Kostenvergleich mit günstigeren Destinationen. Die gute Infrastruktur und starke Alleinstellungsmerkmale geben einen positiven Ausblick.»

Neuheiten Viele Eröffnungen von Eventlocations in Zürich und der Region in jüngster Zeit stimmen Kroll ebenfalls positiv für 2013. Namentlich sind dies das «320 West» (ehemals Blumenhalle) an der Heinrichstrasse, der Dittingraum



Uta Kroll, Bereichsleiterin Convention Bureau, Zürich Tourismus, Zürich

am Rennweg, die neuen Seminarräume im Haus Hiltl sowie das «Aura» beim Paradeplatz. Im Januar und Februar präsentiert sich Zürich Tourismus an der KonferenzArena sowie am Inspiration Market. Die beiden Veranstaltungen sind laut Uta Kroll der Start in ein Jahr, das zum Ziel haben soll, die Wichtigkeit eines neuen Kongresszentrums in Zürich zu betonen. «Für uns und die Destination ist ein modernes Grossangebot erforderlich, denn Kongressbesucher und Geschäftsreisende sind ein äusserst wichtiges Gästesegment», sagt Kroll. Ein adäquater Ersatz für das Kongresshaus könnte der Stadt pro Jahr weit mehr als 100 000 zusätzliche Logiernächte generieren.

ANZEIGE

Ihre Konferenz in guten Händen

Unser Engagement für Ihr Unternehmen

Congrex bietet massgeschneiderte und auf Ihre Bedürfnisse abgestimmte Lösungen für Meetings, Events und Kongresse. Unser erfahrenes Team aus Experten freut sich Sie mit innovativen Ansätzen zu unterstützen.

Let's meet! www.congrex.ch

Let's meet

Meetings & Events • Konferenzen • Verbandsmanagement • Hotel- und Reiseservice

 CONGREGX