

AIPC-MITGLIEDER IM PORTRÄT

Das Marketing macht's!

AIPC steht für Association Internationale des Palais de Congrès, den Internationalen Verband der Kongresszentren. events stellt seine Mitglieder in loser Reihenfolge vor. Diesmal: die San Diego Convention Center Corporation (SDCCC).

Come for the convention, stay for the vacation“, so lautet das Motto des San Diego Convention Center. Kein Wunder, denn das Zentrum liegt direkt am Hafen einer kalifornischen Metropole, die von ihren Bewohnern als „America's finest city“ verehrt wird. Mit einer Jahresdurchschnittstemperatur von 21° Celsius gilt das Klima hier als nahezu „perfekt“, neben attraktiven Kulturangeboten locken malerische Pazifikstrände und ein abwechslungsreiches Hinterland. San Diego ist die achtgrößte Stadt der Vereinigten Staaten, Zentrum der Telekommunikations-

und der Biotech-Branche. Das Kongresszentrum, eines der schönsten und erfolgreichsten des Landes, wird geführt und vermarktet von der San Diego Convention Center Corporation, kurz SDCCC. Und wie alle erfolgreichen Betreiberorganisationen musste auch die SDCCC einige gravierende Veränderungen überstehen, um sich langfristig am Markt behaupten zu können. „Rund 87 Prozent der amerikanischen Tagungseinrichtungen werden öffentlich gefördert“, erklärt Carol Wallace, Präsidentin und CEO der SDCCC, „auch das San Diego Convention Cen-



ter. Das macht Sinn, denn so ein Zentrum schafft Arbeitsplätze, zieht Besucher an, macht Umsatz und beschert der Stadt hohe Steuereinnahmen. Das Problem bestand darin, dass unser Center nicht nur von der ebenfalls städtisch geförderten

SDCCC vermarktet wurde, sondern auch von dem privatwirtschaftlich geführten Convention and Visitor Bureau.“ Das führte zu unangenehmen Kompetenzüberschneidungen und doppeltem Aufwand, kurz: Die eine Hand wusste nicht immer, was

MESSE MÜNCHEN
INTERNATIONAL



ICM – Internationales Congress Center München.

Kongresse &
Tagungen

Haupt-
versammlungen

Groß-
veranstaltungen

Festliche
Veranstaltungen

Events



Das ICM – Internationales Congress Center München – ist einer der modernsten Kommunikationsplätze der Welt. Es bietet die perfekten Voraussetzungen für Kongresse, Tagungen, Theateraufführungen, Konzerte, Ausstellungen und Events unterschiedlichster Art.

- Kapazität bis zu 6.000 Sitzplätze
- flexibel nutzbare Räumlichkeiten für 20 bis 3.000 Personen
- ca. 8.000 m² Ausstellungsfläche, erweiterbar durch die Anbindung an die Neue Messe München
- ICM-Halle C1 für Medienveranstaltungen, Fernsehproduktionen, Shows, Großkongresse o.ä. mit großer Publikumbeteiligung für bis zu 6.000 Personen
- maßgeschneidertes Serviceangebot
- exzellente Verkehrsanbindung

Schön, sich hier zu treffen.

ICM – Internationales Congress Center München
Messe München GmbH · Messegelände · 81823 München
Tel. (+49 89) 9 49-2 30 23 · Fax (+49 89) 9 49-2 30 29
info@icm-muenchen.de

www.icm-muenchen.de

INTERNATIONALES
CONGRESS CENTER
MÜNCHEN



die andere tat. Als die Zeiten wirtschaftlich schwieriger wurden, reagierte die Stadtverwaltung und legte 2004 die gesamten Vermarktungsaktivitäten in die Hände der SDCCC. „Damit“, so Wallace, „war das San Diego Convention Center eines der ersten Zentren in den Vereinigten Staaten, die sich gänzlich eigenverantwortlich um Marketing und Vertrieb kümmern. Das Convention and Visitor Bureau ist jetzt vor allem für die Vermarktung der Destination zuständig.“ Bereits im

ersten Jahr nach dieser entscheidenden Weichenstellung verzeichneten Kongresszentrum und Region deutliche Zuwachsraten, die Zahl der Übernachtungen stieg um 34 Prozent. Und der Trend hält an. Wallace: „Wir haben jetzt einen deutlichen Wettbewerbsvorteil. Und der kommt letztlich auch der Stadt und den kommunalen wie den kulturellen Einrichtungen zugute.“

MICHAEL BEHRENDT <

www.sdccc.org, www.aipc.org

AIPC-MEMBERS: A PORTRAIT

It's all in the marketing!

AIPC stands for Association Internationale des Palais de Congrès, the International Association of Congress Centres. events is introducing its members in random order. This time: the San Diego Convention Center Corporation (SDCCC).

Come for the convention, stay for the vacation“, is the motto of the San Diego Convention Center. And rightly so, since the centre is situated directly by the harbour of this Californian metropolis, referred to by its residents as “America’s finest city”.

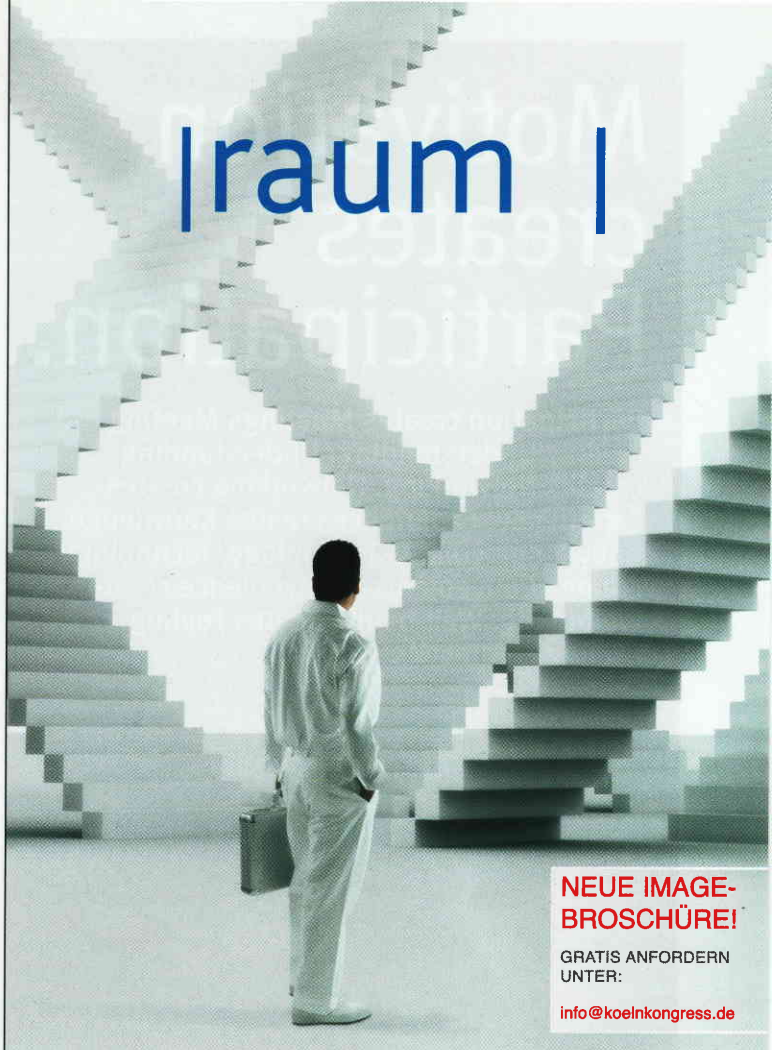
An average yearly temperature of 21° Celsius makes the climate almost perfect. In addition to attractive cultural offerings and picturesque Pacific beaches, the diverse surroundings tempt visitors from afar.

San Diego is the United States’ eighth largest city and the centre of the telecommunications and biotech industries. The convention centre, one of the nicest and most successful in the country, is run and marketed by the San Diego Convention Center Corporation, SDCCC for short. And like all successful business organisations, the SDCCC had to withstand some great changes in order to establish itself in the market over the long term. “Approximately 87 percent of American convention centres are publicly funded“, explains Carol Wallace, president and CEO of the SDCCC, “including the San Diego Convention Center. It makes sense, because a centre like this creates jobs, attracts visitors,

makes a profit and gives the city high tax earnings. Our problem was that our centre was not only being marketed by the municipally funded SDCCC, but also by the privately run Convention and Visitor Bureau. “That lead to displeasing overlaps in authority and twice the amount of effort, in short: One hand didn’t know what the other hand was doing. When times became more difficult economically, the city council reacted by giving the entire marketing activities to the SDCCC in 2004. “That move” says Wallace, “made the San Diego Convention Center one of the first centres in the United States, to be completely responsible for marketing and sales. The Convention and Visitor Bureau is now responsible for marketing the destination. “Even in the first year after this decision was made, the convention centre and the region showed impressive growth rates, the amount of overnight stays increased by 34 percent. And the trend continues. Wallace: “We now have a clear competitive advantage. And in the end, that also benefits the city and its communal as well as cultural establishments.”

MICHAEL BEHRENDT <

www.sdccc.org, www.aipc.org



NEUE IMAGE-BROSCHÜRE!

GRATIS ANFORDERN UNTER:

info@koelnkongress.de

Träume. Ziele. Zukunft.
Ideen und Innovationen.
Visionen wollen kommuniziert werden.
Sollen überzeugen.

für visionen

KölnKongress bietet Know-how und Service, der Erfolge produziert.

Congress-Centrum
Koelnmesse

Gürzenich Köln

Tanzbrunnen Köln

Flora Köln

DIE BASTEI

ZOO LOCATION

ZEUGHAUS

COLOMBA

km 689
COLOGNE BEACH CLUB

kölnkongress
VERANSTALTUNGSZENTREN

KölnKongress | fon +49 2 21. 8 21 - 21 21 | www.koelnkongress.de