

Zum Wandel inspiriert

Die Suche nach Antworten auf die globalen Veränderungen führt die AIPC nach Graz. Gut so. Stadt und Gastgeber regen ihre Gäste zum Nachdenken an.

Photos: Graz Tourismus

■ **Anders.** Auf der Bühne machen drei Jungs mit Pappkarton und Blumentopf Musik – auf dem Deckenfresko über ihnen musizieren drei Jünglinge mit Violine und Kontrabass. „Graz ist eine Stadt mit vielen Gesichtern“, begrüßt Gastgeber Nikolaus Breisach 180 Delegierte der Association des Palais de Congrès (AIPC) am 16. Juli 2007 im Grazer Congress. Seine Stadt lebt vom Spannungsbogen: das Kunsthaus alias „der freundliche Außerirdische“ von Peter Cook unterbricht die Citykulisse, in der Mur landet ein Ufo, Nährboden für die AIPC-Jahreskonferenz „Responding to global change“.

Nahrung fürs Gehirn serviert Breisach beim „Reverse Dinner“ am Vorabend (siehe Seite 31). AIPC-Präsidentin Barbara Maple ahnt: „Ich habe das Gefühl, wir werden viele großartige und überraschende Dinge sehen, die uns inspirieren.“ Sie weiß, „wir müssen die globalen Veränderungen antizipieren, um Antworten zu finden“. Hilfestellungen geben den 155 Mitgliedern in 53 Ländern neben der Jahrestagung die AIPC-Academy, der Newsletter und die Guidelines, z.B. „Community and Government Relations for Congress Centres“.



Inspired to change

AIPC's search for answers to global changes have led it to Graz. Rightly so. The city and host inspire its guests reflection.

■ **Different.** On stage, three young men make music with cardboard boxes and a flower pot – while the ceiling fresco above them shows three youths playing the violin and contrabass. „Graz is a city of many faces“, says host Nikolaus Breisach on 16 July 2007 at the Grazer Congress, greeting 180 delegates from the Association des Palais de Congrès (AIPC). His city lives from the contrasts: the skyline is interrupted by Peter Cook's Kunsthaus („friendly alien“), a UFO lands in the Mur. A fertile breeding ground for AIPC's annual assembly „Responding to global change“. „Food for thought“ is served by Breisach at a „Reverse Dinner“ the previous evening. AIPC President Barbara Maple suspects: „I have a feeling that we will see many great unexpected things that will inspire us.“ She knows that „we need to anticipate global changes and to understand how we need to respond“. Aside from the annual assembly help is provided by 155 members in 53 countries, the AIPC Academy, the newsletter and guidelines, e.g. „Community and Government Relations for Congress Centres“.

The importance of the relationship to the city is described by Simon Anholt in his talk „Your destination brand: Does it support your congress centre?“ The expert for destination branding encourages: „You are a primary driver of image of your destination to a professional audience. You have to be part of this discussion. The way we see our cities and centres has to change: We have to become venture capitalists due to the global challenge.“



Wie wichtig die Beziehung zur Stadt ist, beschreibt Simon Anholt in seinem Vortrag „Ihr Destination Branding: Unterstützt es Ihr Kongresszentrum?“. Der Markenexperte ermutigt: „Sie sind einer der wichtigsten Einflussfaktoren für das Image bei Geschäftsreisenden und müssen mitdiskutieren.“ Anholt ist überzeugt, dass wir unsere Städte anders sehen müssen. „Aufgrund des globalen Wandels müssen wir Venture Capitalists werden.“



Photo: AIPC

Barbara Maple: Globale Veränderungen antizipieren!
Barbara Maple: We need to **anticipate** global changes!

Nur: es ist schwer, ein Image zu verändern. Anholt: „Wir haben Geschichten in unseren Köpfen, die wir über Jahre aufgebaut haben, siehe Rumänien; Dracula und Ceaucescu.“ Der erste Schritt ist herauszufinden, was genau das Image der eigenen Destination ist. „Nur über Innovation kann die Wahrnehmung geändert werden“, meint er. Wie das in der Praxis aussieht, erläutern die Teilnehmer an runden Tischen. Marianne de Raay, AIPC-Sekretariat,



180 Teilnehmer finden: Es war die beste AIPC-Tagung. 180 delegates think: It was the **best AIPC conference**.

freut sich: „Die Leute waren selten so schnell im Raum.“ So wie Guida Sequeira, AIP Congressos, Lissabon. „Es ist gut, sich mit den Kollegen auszutauschen. Die AIPC greift die richtigen Themen auf wie Kundenorientierung und Umwelt.“ Die Inhalte haben dieses Jahr eine besonders hohe Qualität, finden Sequeira und ihre Kollegen.

Rasch füllt sich der Saal zum Panel „Green Meetings and Facilities – Gaining Momentum“.

Als grünes Kongresshaus Europas tritt ab Januar 2008 das Arena and Convention Centre Liverpool (ACC) an. „Umweltkriterien haben das Gebäude designed und definiert. Das ACC setzt hier einen neuen Standard“, prophezeit General Managerin Jacquie Rogers. „Das Management hat entschieden, den Co2-Ausstoß um die Hälfte zu reduzieren und 20 Prozent der Elektrizität einzusparen“, berichtet sie. Mehr noch. „Kunden sagen: Sie sind sehr grün“, deshalb wollen wir mit Ihnen arbeiten!“ **>>**



The centre of Melbourne.

Melbourne is a city bursting with life, from its quirky old laneways to its international sports stadiums. Stay at one of many great hotels and discover why Melbourne's known as the country's food capital. With one of the world's best airports nearby and everything within easy reach, it's the centre for events in Australia. Visit melbourneconventions.com.au

MELBOURNE
AUSTRALIA





Photo: AIPC

Wie nehmen wir **Einfluss** im Destination Branding? How can we influence our **destination brand**?

Die erste grüne Konferenz hatte das Centre des Congrès de Québec schon 2001 zu Gast: The summit of the Americas. Für P-Michel Bouchard ist Nachhaltigkeit Teil der Unternehmenskultur. Mitarbeiter wie Lieferanten müssten sensibilisiert werden. „Wir bieten öko-freundliche Events“, sagt der CEO und hält eine Broschüre hoch. „Wir beraten unsere Kunden und unterstützen ihre CSR-Strategie.“

Paul Wilson horcht auf. „Wir reden viel über Umwelt“, bekräftigt der Director FDI – World

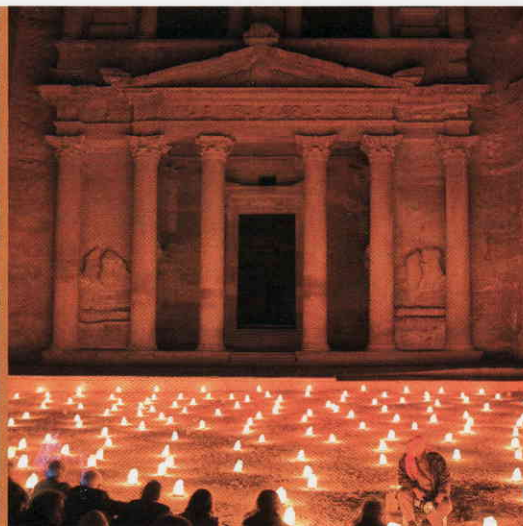
Dental Events. „Zahnärzte wollen die Option haben, ihre Reisen zu kompensieren. Bei einem 10-Tages-Kongress mit Tausenden Delegierten ist das eine Herausforderung – aber vielleicht finden wir ja einen Sponsor!“ Als weiteren Trend nennt er Emerging Markets wie China und Indien. Wilson: „Wir gehen auf neue Märkte, wir gehen nach Delhi und Shanghai – und das ist eine echte Herausforderung!“

Diese teilt er mit Luca Favetta, Director Global Events EMEA-APA, SAP. Nicht zufällig hat er in seine Kriterien „erwachsene Meeting-

industrie“ eingefügt. Zudem verlangten immer komplexere Events Flexibilität. Favetta: „Das Konzept muss die Logistik bestimmen – nicht umgekehrt.“ Wie beim Event Sapphire SAP 2007 auf der Messe Wien mit 8.000 Teilnehmern: ein Plenum für 4.500 Personen, 60.000 qm für 15 Themendörfer und 13.000 Hotelzimmer. „Veranstaltungen sind zunehmend strategische Tools“, so der Profiplaner. Sie verlangen neben Flexibilität, Kreativität und Innovation, aber auch Offenheit, Professionalität und Vertrauen.

Stichworte für den neuen AIPC-Präsidenten: Edgar Hirt, bis 1. Oktober noch ICM München, dann CCH Hamburg. „Ich habe die AIPC schätzen und lieben gelernt, weil wir unter uns sind und dieselbe Sprache sprechen.“ Wie seine Vorgängerin konzentriert er sich auf Education, Exchange und Research. Hirt: „Dabei wollen wir nicht aus dem Vorstand heraus bestimmen, sondern die Mitglieder befragen: Was wollt ihr?“ Mitglied Hirt weiß, was es wünscht: „Eine Plattform, auf der ich mich mit meinen Kollegen offen und ehrlich austauschen kann – ohne Konkurrenzgedanke, ohne Berührungsängste, egal ob mit Russen oder Franzosen.“ Gemeinsam nehmen sie die globalen Herausforderungen an. KH

www.aipc.org



JORDANIEN – unverfälscht und einzigartig

Wenn Sie nach einem extravaganteren Veranstaltungsort suchen, der nur 4 Stunden entfernt ist und Ihnen neben gutem Wetter auch eine atemberaubende Vielfalt an MICE - Möglichkeiten bietet, dann ist Jordanien der richtige Ort dafür. Erleben Sie einzigartige Wüstenabenteuer in Wadi Rum, die Römer in Jerash, orientalische Entspannung am Toten Meer, die faszinierende Felsenstadt Petra und vieles mehr.

Gerne senden wir Ihnen unsere Broschüre zu
Email: jordan@adam-partner.de oder www.visitjordan.com





Photo: AIPC

Inspired to change

But, it is not easy to change an existing image. Anholt: "We have stories in our mind, built up for many years, i.e. Romania: Dracula and Ceaucescu. First of all you need to understand exactly what your brand image is. The vehicle to use to change perception is innovation." How this is done in practice is explained by participants at the round table. Marianne de Raay, AIPC Secretariat, is happy: "People have seldom come into the room so quickly." So too Guida Sequeira, AIP Congressos, Lisbon. "It is good to exchange ideas about our problems. AIPC touches the right topics, like client orientation and the environment." Content this year was of high quality, believe Sequeira and her colleagues.

The room is quickly filled up for the panel "Green Meetings and Facilities - Gaining Momentum." From 2008 the Arena and Convention Centre Liverpool (ACC) will present itself as the greenest conference centre in Europe. "The environmental factors have designed and defined the building. The ACC is breaking new ground in environmental standards," forecasts General Manager Jacquie Rogers. "We have decided to reduce half of the CO2 emissions and save 20 percent of electricity. Clients say: You are very green, that is why we want to use you!" The first green conference was already held at the Centre des Congrès de Québec in 2001: The Summit of the Americas. Sustainability is for P.-Michel Bouchard part of their corporate culture. Employees and suppliers have to become sensitive. "We offer 'eco-friendly events'," says the CEO. "We are an eco-driver for our clients. We support them with their CSR-Strategy."

Paul Wilson listens up: "We are talking about the environment," stresses the Director FDI World Dental Events. "Dentists want to have the option of offsetting their travel. It is a challenge for a ten day conference with thousands of delegates - but perhaps we can find a sponsor!?" Another trend he mentions are emerging markets like China and India. Wilson: "We go for new markets, we go to Delhi and Shanghai - but it is a real challenge for us!" He shares this challenge with Luca Favetta, Director Global Events EMEA-APA at SAP. His criteria list includes, not by chance, "meetings industry maturity". Flexibility is increasingly important to him. "Complex events require easy and flexible space. Strategy should drive logistics - not the other way around." Such as the Sapphire SAP 2007 event at Messe Wien with 8,000 participants. He needed a plenary for 4,500 people, 60,000 sq. m. for 15 theme villages. "Events are more and more strategic tools," claims the pro planner. "They require flexibility, creativity and innovation, as well as openness, professionalism and trust". Key words for the new AIPC President: Edgar Hirt, from 1 October on CCH Hamburg. "I have learned to appreciate and to love the AIPC. Because we are among ourselves and speak the same language." Just like his predecessor he will concentrate on education, exchange and research. Hirt: "This does not mean we want to decide things on the board, but rather ask members, what do you want?" Member Hirt knows what he wants: "A platform where I can have open and honest interchange - without rivalry or reticence, whether with Russian or French colleagues." Together they face the global challenges.

KH



The new Centre of Melbourne.

Right at the centre of Melbourne is the new Melbourne Convention and Exhibition Centre. The largest convention centre in Australia, it will be unequalled in its function, versatility and environmentally friendly design, achieving the first six green star rating in the world. For more information on the new Centre in the centre of Melbourne visit melbourneconventions.com.au



MELBOURNE CONVENTION EXHIBITION CENTRE



Nahrung fürs Gehirn – Food for thought

„Oh, es ist Brot!“ Frank aus Melbourne nimmt eine Zigarre aus der Schachtel, legt sie auf seinen Brotteller und bestreicht sie mit „Sahne“. Seinen Tischnachbarn aus Bukarest, Porto und Frankfurt steht der Mund offen. Dann amüsieren sie sich köstlich: Der Cappuccino ist eine Suppe!? Nichts stimmt mehr. Die Gänge sind verdreht. Schlimmer noch. Das Auge sieht Eisbällchen, die Zunge schmeckt Fleischklößchen. Welchem Sinn sollen sie trauen? Genau darauf hat es Gastgeber Nikolaus Breisach abgesehen. Zu seinem letzten beruflichen Gang im Grazer Congress serviert er unter der Regie von Daniel Spoerri „Eat art“. Es geht um Wahrnehmung. Und um moderne Kunst. Mit diesem Rezept hat Breisach in 27 Jahren den 6.500 Events in seinem historischen Kongresszentrum die nötige Prise Verwunderung verliehen. Steht da doch „To whom it may concern“ über der AIPC-Ausstellung oder „Sagen Sie es ruhig noch peinlicher“ am Saaleingang. Klasse! Für seine „Art“ der Kommunikation hat Breisach den Mund aufgemacht – und in manch saure Zitronen gebissen. Das bringt unter all den Abschiedsrednern nur einer auf den Punkt: Journalist und Weggefährte Martin Lewis, Cat Publications. „Niki ist ein Wunderding: Er ist Kreativität. Er ist Meinung. Er ist Kunst. Er ist Emotion – er ist nicht Logik. Er macht keine Kompromisse, das ist seine wahre Stärke. Dafür lieben wir ihn. Du machst großartige Dinge, Niki!“ Welche großen Dinge Breisach jetzt plant, behält er für sich. Aber Niki wäre nicht Niki, wenn er nicht offen wäre für alles Neue, was da komme. niki@breisach.at

“Oh, it’s bread!” Frank from Melbourne takes out a cigar, puts it on the bread dish and covers it with “cream”. His table companions from Bucharest, Porto and Frankfurt gape. They enjoy themselves enormously. The cappuccino is a soup!? Nothing seems what it is. Courses are switched, the eye sees balls of ice cream, the tongue tastes meat dumplings. Which sense should they trust? Exactly what host Nikolaus Breisach wanted. For his last business dinner at Grazer Congress he served “Eat Art”, by Daniel Spoerri. The focus is on perception. And on contemporary art. With this recipe Breisach has lent in 27 years 6,500 events at his historic conference centre the necessary touch of irritation. Above the AIPC exhibition a banner proclaims “To whom it may concern”, at the entrance to the hall “Go ahead and say it more embarrassingly.” Great! For this “art” of communication Breisach has opened his mouth – and bit into some bitter lemons. Only one of the many farewell speakers hit the nail on the head. Journalist and colleague Martin Lewis, Cat Publications. “Niki is a marvel: He is creativity, he is opinion, he is art, he is emotion – he is not logic. He doesn’t do compromise, that is his real strength. That is what we love. You do great things, Niki!” Niki’s current plans are his secret for now, but he is open for what is new, what will happen. niki@breisach.at

Photo: Grazer Congress



Niki Breisach: mehr als Worte!
Niki Breisach: more than words!



The new CCH – Congress Center Hamburg

Experience the future

- 12,000 sq.m. of exhibition space
- Seating for a total of 16,000 persons
- New multifunctional exhibition hall
- Spectator events for up to 6,000 persons
- Prize-winning, state-of-the-art audio and event technology
- Optimal city-centre location adjoining trade fair grounds
- ICE high-speed train station Hamburg-Dammtor on the doorstep

Happy to serve you!

Phone +49 40 3569-2241 or www.the-new-cch.com