

Direkte Ansprache



Eine **EVA** ging 2006 an die Zürich Gruppe und Face to face GmbH.

The **Zürich Group** was among the 2006 EVA winners.

■ **Deutscher Eventtag.** „Begegnungskultur Mehrwert für Marken“ titelt der neunte Deutsche Eventtag am 16. November 2007 in der Essener Philharmonie.

Bevor am Abend die Verleihung der Awards ADAM und EVA über die Bühne geht, hält Dr. Oli-

ver Nickel von Icon Added Value die Key Note „Begegnungskultur kultivieren: Nicht Marken haben Emotionen, Menschen haben Emotionen“.

Schon vormittags will der FAMAB mit dem Businessforum Direkte Wirtschaftskommunikation seine strategische Neuausrichtung als Verband Direkte Wirtschaftskommunikation untermauern. Durch die Kombination von Eventtag und Award-Verleihung flankiert der FME die neue Ausrichtung. Hauptsponsor beider Events ist die Messe Düsseldorf, explizit die EuroShop.

Die Kosten für die Teilnahme am Deutschen Eventtag inklusive ADAM- und EVA-Verleihung betragen 275 Euro, die Teilnahme am Businessforum Direkte Wirtschaftskommunikation kostet 350 Euro. Wer beides bucht, spart 100 Euro.

www.deutscher-eventtag.de

Wunschlabor für Hotelgäste

■ **Fraunhofer.** Das Hotel der Zukunft wollen die Lindner Hotels und die Fraunhofer-Gesellschaft entwerfen. Auf dem Gelände des Fraunhofer Instituts in Duisburg entsteht zurzeit auf 3.500 qm das „inHaus2-Innovationszentrum“. Im dreistöckigen Labor brüten Hochtief, T-Systems, BASF und Henkel über Lösungen für Büro- und Hotelimmobilien. Im Hotellabor auf 1.400 qm stehen fünf Muster-Hotelzimmer und ein Veranstaltungsbereich. Im Mittelpunkt steht das Wohlbefinden des Gastes und Fragestellungen wie: Inwieweit lässt sich das Handy oder das Internet zum Ein- und Auschecken nutzen? Nach Fertigstellung des Hotellabors im nächsten Jahr werden Gäste zum Testwohnen eingeladen.

www.lindner.de

Direct approach

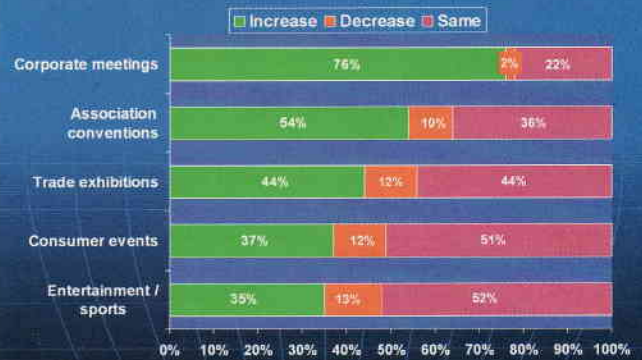
■ **German Event Day.** „Encounter Culture Added Value for Brands“ was the title of the ninth German Event Day on 16 November 2007 in Essen's Philharmonie. Before the evening ceremony for the ADAM und EVA awards Dr. Oliver Nickel of Icon Added Value held a key note speech. „Cultivating an encounter culture: Not brands have emotions, people have emotions.“ In the morning FAMAB wanted to emphasise its new strategic focus as the Association for Direct Business Communication with its Direct Business Communication Forum. By combining the Event Day with the award ceremony FME supported the reorientation. The main sponsor of both events was Düsseldorf Fair. The attendance fee for the German Event Day including ADAM and EVA awards was 275 euros, participation in the Direct Business Communication Forum cost 350 euros. A double booking saved attendees 100 euros.

www.deutscher-eventtag.de

2007 doing fine

■ **AIPC.** 86 per cent of international convention centres saw business grow in 2007. This is the re-

Types of Business Expected to Increase / Decrease:



Vor allem das **Corporate Business** der AIPC-Mitglieder wächst. Corporate business a source of **growth** for AIPC members.

2007 läuft gut

■ **AIPC.** 86 Prozent der internationalen Kongresszentren verzeichnen für 2007 mehr Geschäft. Das ergab die Befragung der International Association of Congress Centres (AIPC) bei ihren 155 Mitgliedern in 53 Ländern. Als größte Herausforderungen betrachten die Center den wachsenden Wettbewerb (22 Prozent), den Kostendruck bei Mietpreisen (20), die Schwierigkeit, Extra-Services zu berechnen (16) und Umweltbedenken (15). Intern beschäftigen die Manager gestiegene Betriebskosten (35 Prozent), knappes Personal (26) und steigende gesetzliche Regulierungen (22).

www.aipc.org

sult of a survey by the International Association of Congress Centres (AIPC) among its 155 members in 53 countries. The greatest challenges for the centres are growing competition (22 per cent), pressure on rental rates (20), client reluctance to pay for extra services (16) and environmental concerns. The key internal or operating challenges include increased operating costs (35 per cent), labour shortages (26) and increasing government regulation (22). www.aipc.org

Dream lab for hotel guests

■ **Fraunhofer.** Lindner Hotels and the Fraunhofer Society want to create the hotel of the future. At the Fraunhofer Institute in Duisburg the inHaus2 Innovation Centre is currently being built on 3,500 sqm. In the three-storey lab Hochtief, T-Systems, BASF and Henkel are thinking up solutions for office and hotel buildings. The 1,400-sqm hotel lab provides five model hotel rooms and a function area. The focus is on the guests' well-being and questions like: "How can one use mobile phones or the Internet for checking in and out? After the hotel lab's completion next year guests will be invited to live there on a trial basis. www.lindner.de