

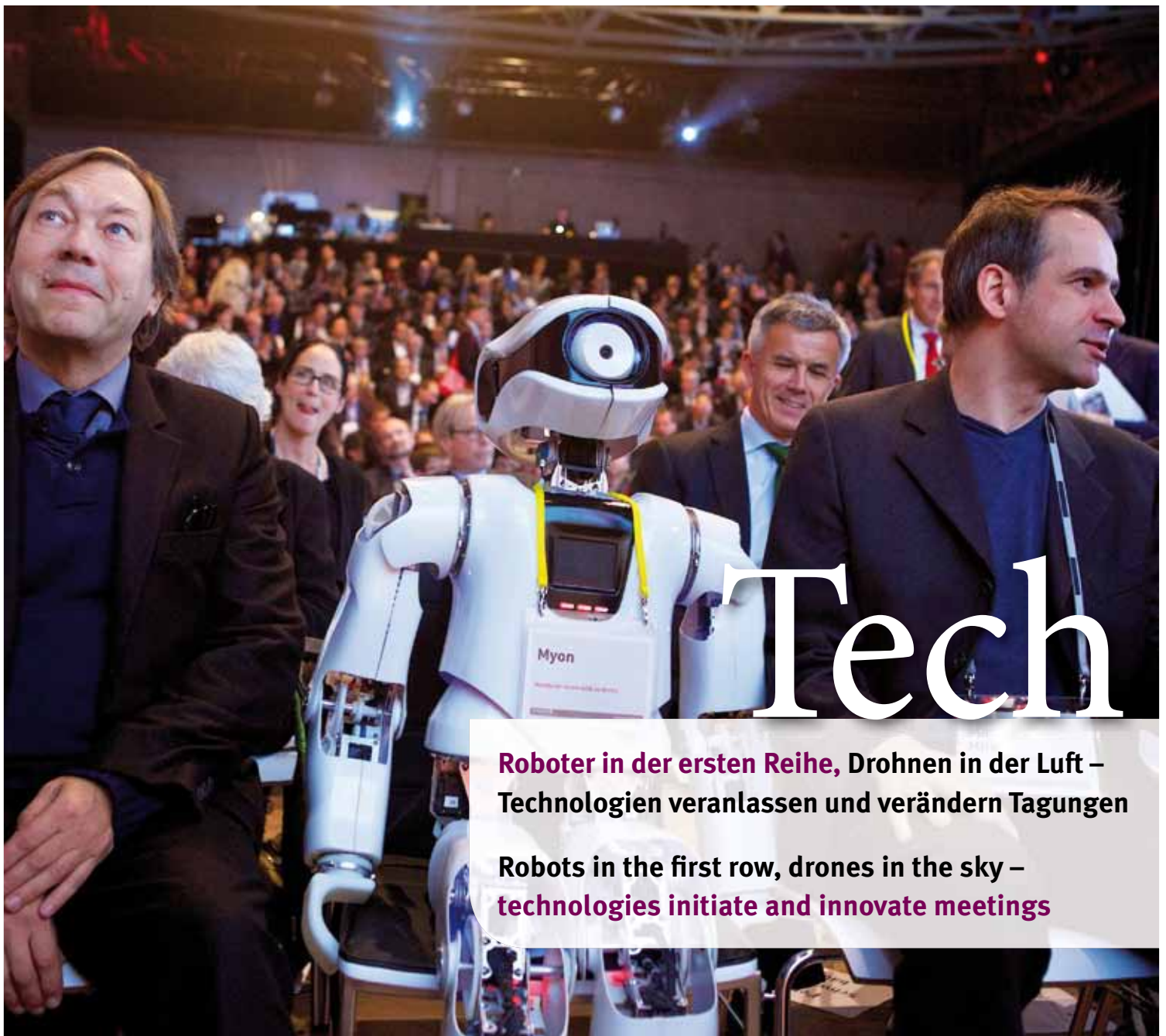


[www.cimunity.com](http://www.cimunity.com)



**LONDON TECHNOLOGY WEEK** Technik im Anflug +++ **LONDON TECHNOLOGY WEEK** Technology on the rise +++ **EXPO 2015 MILANO**

Die Welt verändern +++ **EXPO 2015 MILANO** Changing the world +++ **VERANSTALTUNGSPLANER.DE** Fritzes for President +++



**Roboter in der ersten Reihe, Drohnen in der Luft –  
Technologien veranlassen und verändern Tagungen**

**Robots in the first row, drones in the sky –  
technologies initiate and innovate meetings**

**Radisson Red Cape Town,** beeinflusst von den hyperdynamischen und designaffinen Millennials.

Radisson Red Cape Town, influenced by hyperdynamic and design-conscious millennials.



Photo: Rezidor

# TAGEN AM LIEBLINGSPLATZ

Individualität statt Anonymität, lokale Kulturimpulse statt Uniformität:  
Neue Marken großer Hotelketten werben um junge Millennial-Delegierte.

■ **Persönlich.** „Erinnerbarkeit“ ist ein starkes Kriterium für den Erfolg von Tagungen. Laut aktuellem Meeting & Event Barometer 2015 stellen die 3.298 Tagungshotels fast die Hälfte der in Deutschland gelisteten 7.152 Meeting Venues. Im Wettbewerb um die Gunst des Planerzuschlags wird neben Lage, Kapazität und technischem Standard zunehmend auf individuelles Ambiente geachtet. Deshalb bringen zahlreiche etablierte Hotelketten Brands auf den Markt, die neben Konferenzkomfort mit persönlichem Stil punkten. Impulse für neue Konzepte liefern der Geschichtenfundus traditioneller Hotelikonen ebenso wie der gewandelte Kommunikationsstil junger Teilnehmer.

„Unsere neue Lifestyle Select Marke Radisson Red ist vom Lebensstil und den Trends der vernetzten, hyperdynamischen und >>

---

## Favourite meeting places

Individuality rather than anonymity, local culture rather than uniformity: new brands of large hotel chains are appealing to millennial generation delegates.

■ **Personal.** Memorability is a key criterion for the success of meetings. According to the latest Meeting & Event Barometer survey (2015), 3,298 conference hotels make up almost half Germany's 7,152 listed meeting venues. In the competition to win the favour of planners, venues are placing emphasis not just on their location, capacity and the standard of their technical equipment but increasingly also on their unique ambience. That's why numerous established hotel chains are launching brands focusing on personal style as well as convenience for conferences. Ideas for new concepts are drawn from the history of traditional hotel icons and the new ways in which young delegates now communicate.

“Our new lifestyle select brand Radisson Red is influenced by the lifestyle and trends of networked, hyper-dynamic and design-conscious millennials,” explains Wolfgang >>

---



# The Dolder Grand

## Business mit der besonderen Wellness-Komponente

### Meet in Balance at the Dolder Grand Spa

Verleihen Sie Ihrem Teambuildingtag oder Kadermeeting eine besondere Note zur Teamförderung, für kreative Entwicklungen sowie für Ihr Wohlbefinden.

Angebot für 3 bis 7 Personen: Meeting in der Spa Library, Group-Fitnessklasse, Lunch im Spa Café, Behandlung, Nutzung des Dolder Grand Spa (4'000 m<sup>2</sup>).

CHF 380.00 pro Person

The Dolder Grand \*\*\*\*\*  
The City Resort of Zurich  
since 1899

Tel +41 44 456 60 00  
[www.thedoldergrand.com](http://www.thedoldergrand.com)



SWISS DELUXE HOTELS



THE LEADING HOTELS  
OF THE WORLD



## DESIGNED FOR GREAT MOMENTS

ANGELO MUNICH WESTPARK: Südwestlich des Stadtzentrums ZIMMER: 207

### Events @angelo - denn wir wissen wie es geht!

Das angelo Hotel Munich Westpark begeistert neben seinem unverwechselbaren Design mit highend Veranstaltungsräumen und erstklassiger Betreuung.

- ▼ 8 tageslichtdurchflutete Räume auf 745 m<sup>2</sup> Eventfläche
- ▼ State-of-the-art audio-visuelles & multimediales Equipment
- ▼ Großzügiges Foyer mit bodentiefen Fensterfronten & Sonnenterrasse
- ▼ Sehr gute Anbindung an Mittleren Ring & öffentliche Verkehrsmittel
- ▼ Kompetente, dynamische & flexible Betreuung
- ▼ Kodexkonform

Jetzt anfragen unter [booking@angelo-munich.com](mailto:booking@angelo-munich.com)!



ANGELO HOTEL MUNICH WESTPARK  
Albert-Rosshaupter-Str. 45, 81369 Munich  
+49 89 411 113 0  
[info@angelo-westpark.com](mailto:info@angelo-westpark.com)  
[www.angelo-westpark.com](http://www.angelo-westpark.com)  
[www.vi-hotels.com](http://www.vi-hotels.com)

M. Neumann, president and CEO of Rezidor. The first of 60 hotels planned around the world is the Radisson Red Cape Town. Located in the hip silo district and within walking distance of the Cape Town International Convention Centre (CTICC), the Radisson Red has 235 rooms and five meeting event studios offering 460 square metres: "Red is more than an idea. It's re-interpreting the guest experience, starting with the WOW: the sense of arrival is a gallery, artistic, energetic, proactive and welcoming. The rooms are stylish and multi-functional, where the walls are a canvas for movies, for art, for work." That's the branding message.

**Variety and originality** are also the credo of the Autograph Collection of the Marriott Group, which recently opened the Kameha Grand Zurich, its first hotel in Switzerland, where the conference packages allow you to "work at your favourite place and allow the ideas to flow". The conference area, designed for up to 960 delegates, the centrepiece of which is the 701 square metre Kameha Dome, features a 375 square metre terrace. For a unique meeting environment, the 245-room hotel designed by Dutchman Marcel Wanders offers Kameha business suites, which combine a comfortable living environment with a conference area.

The Hotel Am Steinplatz in Berlin, which underwent a comprehensive renovation in 2013, is another highly original, independent

designaffinen Millennials beeinflusst", erklärt Wolfgang M. Neumann, Präsident und CEO von Rezidor, die Philosophie der neuen Marke. Erstes von weltweit 60 geplanten Häusern ist das Radisson Red Cape Town. Im hippen Silo-Bezirk und in Nähe zum Cape Town International Convention Centre (CTICC) bietet das Radisson Red 235 Zimmer und fünf Meeting Event Studios mit 460 qm. „Red' ist mehr als eine Idee. Es ist eine Neuinterpretation des Gasterlebnisses und beginnt mit einem Aha-Effekt: Der Empfang ist bereits wie eine Galerie – künstlerisch und einladend. So auch die Räume – stylish und vielfältig mit Wänden als Leinwand für Filme, für Kunst, fürs Arbeiten“, lautet die Markenbotschaft.

**Vielfalt und Originalität** sind auch das Credo der Autograph Collection der Marriottgruppe, die mit dem Kameha Grand Zürich ihr erstes Haus in der Schweiz eröffnete. „Arbeiten am Lieblingsplatz, der die Ideen sprudeln lässt“ offerieren die Tagungspauschalen. Zu dem für bis zu 960 Teilnehmer ausgelegten Tagungsbereich, dessen Herzstück der 701 qm große Kameha Dome ist, gehört eine 375 qm große Terrasse. Für individuelle Meetings hält das von dem niederländischen Designer Marcel Wanders gestaltete 245 Zimmer-Haus Kameha Business Suites bereit, die behagliches Wohnambiente plus Konferenzbereich kombinieren.

Als unabhängiges Hotel mit hohem Originalitätsfaktor zählt

## Favourite meeting places

hotel in the Autograph Collection portfolio. This iconic hotel, which dates back to 1913 and used to welcome Vladimir Nabokov and Zarah Leander, has 87 rooms and an elegant event room for 80 delegates. 32 varieties of gin are served in the bar.

The Hotel Reichshof in Hamburg is in the same league. Built in 1910, and reopened in 2015 following renovation at a cost of 30 million euros, offering 280 rooms, 11 meeting rooms and a 177 square metre ballroom, it is the first of Hilton's Curio hotels in Europe, which is a collection of unique hotels. The Rumeli Han in Istanbul is also being added to the portfolio in 2015. "The Reichshof in Hamburg and the Rumeli Han in Istanbul are iconic hotels that, while their unique character is being retained, are also benefiting from Hilton's financial power and global reputation," explains Patrick Fitzgibbon, senior vice-president for Europe and Africa at Hilton Worldwide.

Guests at the Hotel Molitor Paris by MGallery, which opened in May 2014, can dip into history. The legendary pool, opened in 1929 by Tarzan actor and Olympic swimmer Johnny Weissmüller, is surrounded by a renovated Art Deco building. In addition to 124 rooms and eight conference rooms for up to 130 delegates, the hotel also has a 33-metre indoor pool. A glance at the events held at the Molitor shows they know something about staging an event. The world's first swimwear shows were held there, including the world premiere of the bikini in 1946. Accor's MGallery Collection flagship employs a head chef with a nationwide reputation every season. »

auch das 2013 komplett renoviert wiedereröffnete Hotel Am Steinplatz, Berlin, zum Portfolio der Autograph Collection. Die Hotel-Ikone von 1913, wo einst Vladimir Nabokov und Zarah Leander ein und aus gingen, hat 87 Zimmer und einen eleganten Event Room für 80 Teilnehmer. In der Bar werden 32 Sorten Gin serviert.

In gleicher Liga firmiert das 1910 erbaute Hotel Reichshof in Hamburg, das nach 30 Mio. Euro teurer Renovierung mit 280 Zimmern, elf Meetingräumen und 177 qm großem Ballsaal 2015 wieder eröffnete. Es ist das erste Haus in Europa der Marke Curio – A Collection by Hilton. Auch das Rumeli Han in Istanbul wird 2015 ins Portfolio der Marke aufgenommen. „Der Reichshof in Hamburg und das Rumeli Han in Istanbul sind ikonische Objekte, die ihren ein-

zigartigen Charakter beibehalten und gleichzeitig von Hiltons wirtschaftlicher Kraft und globaler Reputation profitieren werden“, erklärt Patrick Fitzgibbon, Senior Vice President, Europe & Africa, Hilton Worldwide.

Eintauchen in Geschichte können die Gäste des im Mai 2014 eröffneten Hotels Molitor Paris by MGallery. Den legendären Pool, 1929 von Tarzan-Darsteller und Profischwimmer Johnny Weissmüller eingeweiht, umschließt ein erlesen renoviertes Art-déco-Gebäude. Neben 124 Zimmern und acht Tagungsräumen für bis zu 130 Gästen beherbergt das Haus auch einen 33m langen Indoor-Pool. Dass man sich hier auf Events versteht, belegt ein Blick in die Veranstaltungsannalen des Molitor. Hier fanden die weltweit ersten Badmodenschauen statt, »



Find the best Hotel with the most singular spaces, for your Events in Seville.

- \* **295 rooms**
- \* **Convention Center with capacity for 1,200 delegates**
- \* **25 breakout rooms**
- \* **3 Atriums**

\*For further information, please visit our web:  
[www.mice.barcelosevillarenacimiento.com](http://www.mice.barcelosevillarenacimiento.com)



Photo: Kameha

**Kameha Grand Zürich**, das erste Hotel von Marriotts Autograph Collection in der Schweiz.  
Kameha Grand Zürich, the first hotel of **Marriott's Autograph Collection** in Switzerland.

die Bikini-Weltpremiere 1946 inklusive. Das Flaggschiff von Accors MGallery Collection beschäftigt in seinem Restaurant jede Saison einen landesweit ausgezeichneten Küchenchef.

Direkt am Kölner Dom steht Deutschlands einziges Haus der MGallery Collection. Das Hotel Mondial am Dom beherbergt 203 Zimmer, fünf Konferenzräume mit Tageslicht sowie einen Ballsaal für bis zu 150 Gäste. „Memorable Moments“ bieten vom Hotel arrangierte Besuche von Deutschlands ältester

Parfümerie, wo die Teilnehmer einen individuellen Duft in historischen Flakons erhalten.

**Eine Diversifikation** der Zielgruppen hat auch die spanische Meliá-Gruppe im Blick. Die am stärksten expandierende Marke Ininside setzt mit puristisch klarem Design auf Teilnehmer von Geschäftsreisen und Tagungen. Jüngstes Haus der Marke, die sich über ein urbanes Design an der Schnittstelle von Business- und Lifestyle-Hotel definiert,

ist das am 1. Mai 2015 eröffnete Ininside by Meliá Manchester mit 208 Zimmern und 350 qm Konferenzfläche. Den derzeit elf Ininside Hotels in Deutschland sollen 2016 Häuser in Aachen, Frankfurt und Leipzig sowie 2017 in Hamburg und Essen folgen. Die Marke ME by Meliá hingegen setzt auf „Business and Fun“ und ist im gehobenen Segment angesiedelt. Neuestes Haus ist das ME Milan Il Duca mit 132 Zimmern und zwei Konferenzsälen.

Auch die Starwood-Gruppe mit ihrem Tribute Portfolio und Best Western mit der Marke Vib haben neue Marken lanciert, die Individualität, neuer Mediennutzung und Interaktion Rechnung tragen. Das Konzept des bislang nur in den USA und Südamerika realisierten Brands ist ein Mix aus Business- und Boutique-Hotel.

Die junge Marke Andaz aus dem Hyatt Portfolio geht einen Schritt weiter und öffnet das Markenerlebnis für Angebote aus der Nachbarschaft des Hotels. Dies gilt auch für den Meeting-Sektor, der nicht nur „Konferenzsäle“ offeriert, sondern „dynamic spaces“ und „local culture“. Anknüpfend an die Tradition des Salongesprächs können die Kontakte unter [www.andazsalon.com](http://www.andazsalon.com) im Andaz Salon vertieft werden. In Europa hat die innovative Marke Häuser in London und in Amsterdam eröffnet.

*Katharina Brauer*

## Favourite meeting places

Germany's only MGallery Collection hotel is right by Cologne Cathedral. The Hotel Mondial am Dom boasts 203 rooms, five conference rooms with natural daylight and a ballroom for up to 150 guests. The hotel arranges visits to Germany's oldest perfumery, where participants receive a unique fragrance in historic bottles.

The Spanish Meliá Group also seeks to appeal to more diverse target groups. Ininside, the most rapidly expanding brand, aims to attract business travellers and conference delegates with pure, elegant design. The latest Ininside hotel, which is defined by urban design at the interface between business and lifestyle hotels, is the 208-room Ininside by Meliá Manchester, which opened on 1 May 2015, offering 350 square metres of conference space. There are currently 11 Ininside hotels in Germany, with new hotels to open in Aachen, Frankfurt and Leipzig in 2016 and in Hamburg and Essen in 2017. The upmarket ME by Meliá brand, on the other hand, places the emphasis on “business and fun”. The latest of these hotels is the ME Milan Il Duca, which has 132 rooms and two conference rooms.

The Starwood Group and Best Western have also launched new brands – the Tribute Portfolio and Vib, respectively – that focus on individuality, the use of new media and interactivity. The concept behind these brands, which have so far only been implemented in the US and South America, is a hybrid business and boutique hotel.

The new Andaz brand, part of the Hyatt Portfolio, goes a step further, opening up the brand experience to offerings from the neighbourhood around the hotel. This also applies to the meetings sector, which offers not just conference rooms but also dynamic spaces and local culture. Building on the salon tradition of conversation, contacts can be nurtured at Andaz Salon ([www.andazsalon.com](http://www.andazsalon.com)). In Europe this innovative brand has hotels in London and Amsterdam. *Katharina Brauer*

- [www.radissonred.com](http://www.radissonred.com)
- <http://curiocollection3.hilton.com>
- [www.autograph-hotels.marriott.com](http://www.autograph-hotels.marriott.com)
- [www.mgallery.com](http://www.mgallery.com)