

Convention Wiesbaden Quarterly

MICE-DESTINATION WIESBADEN

Themenschwerpunkt

Business-Festivals

➤ Seite 2-3

Rückblick

Convention Wiesbaden Campus - Vol. 8

➤ Seite 2

Ausblick

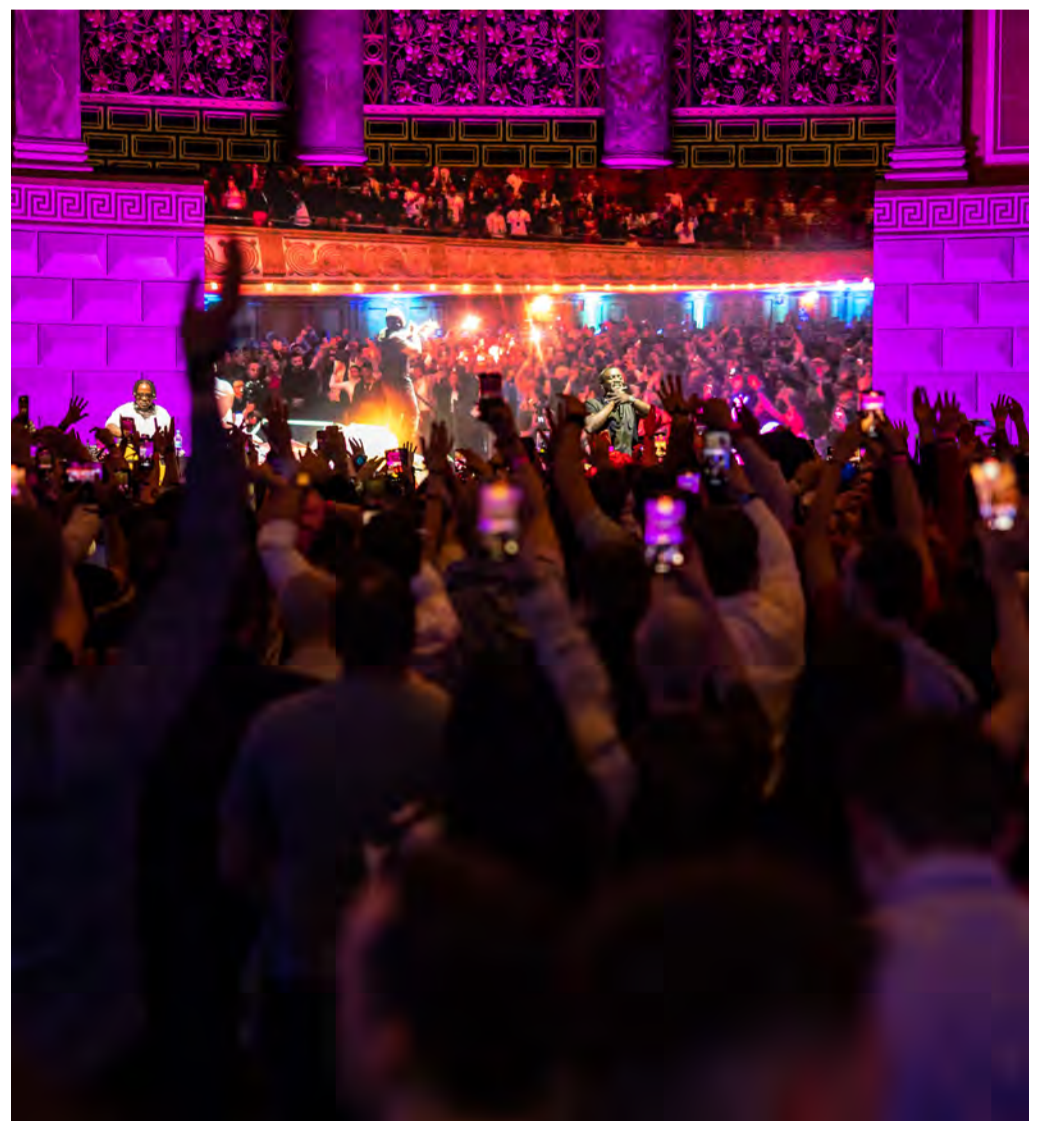
Save the Date: NEXTLIVE.FESTIVAL

➤ Seite 4

Eventformat Business-Festivals

Die Anforderung und die Ansprüche an eine Veranstaltung haben sich verändert. Networking und Wissensvermittlung standen schon immer im Zentrum von Veranstaltungen, daran hat sich nichts geändert. Eine Veranstaltung muss den Teilnehmenden einen Mehrwert bieten, aber auf andere Art und Weise. Es geht mehr um das WIE. Die Ansprache an die Konsumenten hat sich verändert, sie ist nachhaltiger und achtsamer geworden. Teilnehmende wählen gezielter aus, wollen durch Vorträge und Produkte inspiriert und emotionalisiert werden. Die Bühne ist zum Mittelpunkt geworden, auf der bekannte Speaker und Fachleute sprechen oder Panelrunden tagen. Die Mischung aus Information, Entertainment, Netzwerkmöglichkeit, Emotion und Inspiration muss stimmen. Auch der Veranstaltungsort spielt eine wichtige Rolle - Teilnehmende möchten sich wohl fühlen, es geht auch um den ästhetischen Anspruch.

Veranstaltungen bekommen zunehmend einen Festival-Charakter. Über diese „Festivalisierung“ von Veranstaltungen sprechen wir in dieser Ausgabe des „Convention Wiesbaden Quarterly“.



Thema „Business-Festivals“ beim Convention Wiesbaden Campus

Das Convention Sales & Marketing Team hat nun zum bereits achten Mal den „Campus“ durchgeführt – wieder mit einem anderen, brandaktuellen Thema und dieses Mal auch in einer neuen Location – im wahrsten Sinne, denn uns hat es für die achte Ausgabe in das neue „Alte Gericht“ verschlagen (wir berichteten in der letzten Ausgabe). Gemeinsam mit Expertinnen und Experten aus Agenturen, Unternehmen und Veranstaltern haben wir im historischen Schwurgerichtssaal über das Thema „Business-Festival – Transformation von klassischen Kongressen“ gesprochen und gemeinsam herausgefunden, welche Elemente von Festivals Business-Events aufwerten und attraktiver machen können.



Unsere Key-Learnings sind:

Teilnehmende wollen von einer Veranstaltung begeistert und emotional mitgenommen werden, sie möchten inspiriert nach Hause gehen. Zu einer lockeren Atmosphäre trägt auch mal die Freizeitkleidung bei, es muss nicht immer das Business-Dress sein!

Ziel von Veranstaltungen ist es:

- Informationen erlebbar zu machen
- Trends einzuordnen
- für Themen und Produkte zu begeistern

Die gesamte Veranstaltung können Sie sich hier ansehen:



Was sind also die Bausteine / Elemente eines Business-Festivals?

- Abwechslungsreiches und lockeres Bühnenprogramm, mehrere Themenbühnen
- Optische Bühnengestaltung beeinflusst die Wahrnehmung des Bühnenprogramms. Statt Rednerpult verwenden Sie Sessel oder Talktresen
- Mediale Aufbereitung des Bühnenprogramms: Videoeinspielungen, Fotos, Videos statt klassischer Folien, Musikeinspielungen
- Ausgedehnte Networking-Sessions mit Interaktionsmöglichkeiten für die Teilnehmenden
- Einbindung der Teilnehmenden durch Umfragen, Abstimmungen etc.
- Side Entertainment zur Auflockerung, z.B. Live-Band, Graphic Recording
- Methodenwahl zur Förderung der Interaktion, z.B. Barcamp, Fishbowl

PS: Der Schwurgerichtssaal, der über 140 qm verfügt, kann für Veranstaltungen aller Art gebucht werden. Dort, wo früher Angeklagte, Verteidiger und Richter Platz nahmen, gibt es jetzt viel Raum für Kreativität, Innovation und Miteinander.

Sie haben Fragen an unser Experten-Team oder möchten bei der nächsten Convention-Wiesbaden-Campus-Veranstaltung teilnehmen? Dann finden Sie hier nähere Infos!

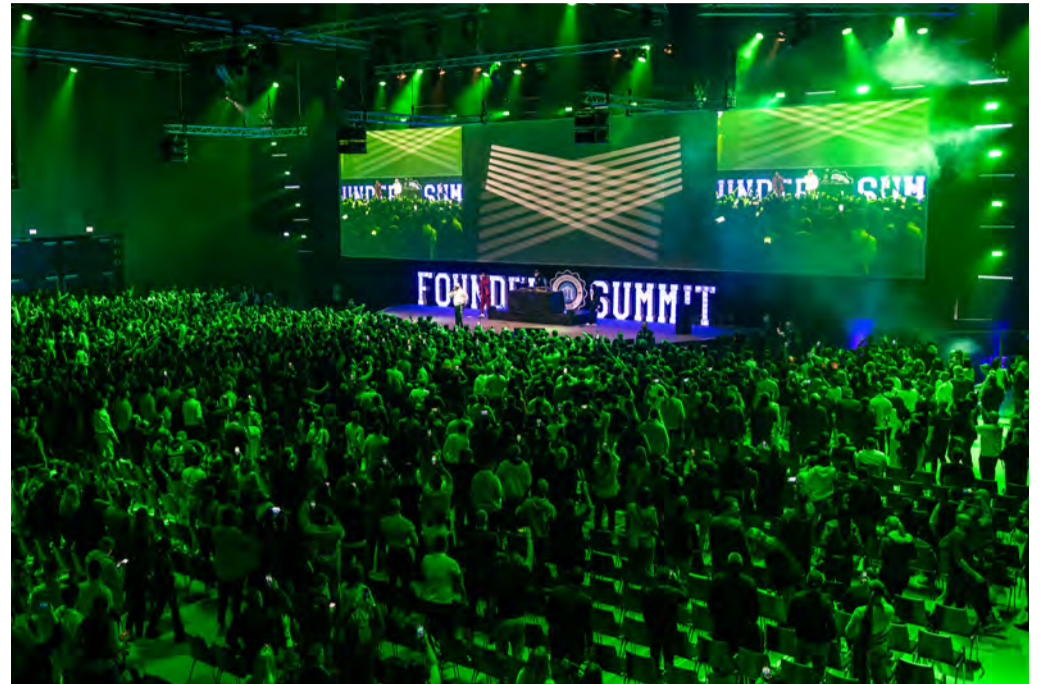


Good to know

Webinar: Eventregie mit Chris Cuhls

Sie hat der Vortrag von Chris Cuhls bei unserem Convention Campus angesprochen und Sie möchten für Ihre nächste Veranstaltung mehr über das Thema Eventregie erfahren? Dann laden wir Sie zu einem kostenfreien Webinar mit Chris Cuhls ein. Schreiben Sie eine E-Mail an sales@wicm.de, Stichwort Webinar Eventregie, und wir senden Ihnen Terminvorschläge zu.

Best Practice: Der Founder Summit im RMCC



Bereits zum dritten Mal fand der Founder Summit, Deutschlands größte Gründer- und Unternehmerkonferenz, im RheinMain CongressCenter statt. Mit 7.000 Personen an zwei Tagen ist der Founder Summit eine der größten Veranstaltungen, gemessen am Besuchervolumen, im Jahresverlauf im RMCC. Mit großer Mainstage, Masterclasses, Bühnenshows und Konzerten ist der Founder Summit ein richtiges „Business-Festival“.

Der „Founder Summit“ hat jedes Jahr mehr Besucherinnen und Besucher begeistern können und ist unglaublich schnell gewachsen. Das Erfolgsgeheimnis basiert auf dem Grundkonzept der Veranstaltung, dem „Edutainment“, der Mischung aus Wissensvermittlung bei gleichzeitiger Unterhaltung.

Das RMCC wird für den Founder Summit komplett bespielt. Das Veranstaltungskonzept wurde und wird wie folgt im RMCC umgesetzt:

- Halle Nord: Hier befindet sich die Mainstage für das Hauptprogramm und die Bühnenshows:
 - Ca. 5.000 Sitzplätze mit Tribüne
 - Eingebautes Bühnenpodest mit 50 qm
 - 15 m Deckenhöhe
 - Backstage-Bereich mit direktem Zugang, z. B. für VIP Sido
 - Logen für z. B. Regie oder VIP-Räume
 - Einfahrt von Lkw/Pkw auf Bühne
- Terrassen-Saal: Im unterteilbaren Terrassen-Saal finden jeweils fünf parallele Workshops statt
- Halle Süd: Die Ausstellung bzw. Expo-Area findet in Halle Süd statt, hier befinden sich zusätzlich kleinere Event-Bühnen, u. a. auch für einen Teil der After-Show-Party
- Studios/Logen: Diese werden teilweise für die Organisatoren/VIPs/Presse genutzt
- Außenbereich/Eingangsbereich zum RMCC: Hier befinden sich verschiedene Food-Trucks, weitere Catering-Stationen sind in der Ausstellung und im Foyer Zentral platziert



Danny Söder, Co-Founder der Veranstaltung, über den Founder Summit im RMCC:

„Das Gebäude passt perfekt zu unserem Konzept. Auf der Mainstage in Halle Nord hat der Rapper Sido ein Konzert gegeben, kurz vorher haben wir noch Business-Talks abhalten können. Der Übergang war problemlos möglich. Auf der Mainstage kommt richtige Stadionatmosphäre auf. Unser Format bzw. das Programm hat ein sehr komplexes Anforderungsprofil. Das alles kann das RMCC gebündelt erfüllen und daher ist es für uns die perfekte Location.“

Marc Standke, Projektleiter im RMCC für den Founder Summit, über die Anforderungen und Planung einer solchen Veranstaltung:

„Eine sorgfältige Raumplanung, Wegeführung, inkl. Rettungsweg, Entfluchtung und das passende Sicherheitskonzept sind unerlässlich. Weiterhin sind wir in die enge Abstimmung und Verzahnung der einzelnen Gewerke untereinander involviert (z. B. Möblierung, Bühnenbau, Logistik, Catering). Die Anlieferung des Materials z. B. für die Ausstellung wird über ein Slotmanagement in unserer Logistik geplant. Last but not least stehen wir in regelmäßigem Austausch mit dem Veranstalter hinsichtlich der Abstimmung aller Abläufe.“



Funfacts:

- 11 Bühnen
- 500 Meter Traversen
- 12,5 km Kabel
- 260 verbaute Lampen und Scheinwerfer

Wir haben den Founder Summit in unserer neuesten Ausgabe der Convention Wiesbaden Stories begleitet:



RMCC goes Festival: Save the Date

NEXTLIVE.FESTIVAL am 21. November 2023 im RMCC

Nach dem Festival ist vor dem Festival! Gerade sind wir mit vielen Eindrücken und jeder Menge Inspiration vom legendären OMR-Festival in Hamburg zurückgekehrt. Dort haben wir sehr erfolgreich unser eigenes Festival promotet. Ja, richtig gelesen: Am 21.11.2023 geht das NEXTLIVE.FESTIVAL in Wiesbaden, im RheinMain CongressCenter, an den Start - und wir, Convention Wiesbaden, sind Kooperationspartner.



Worum geht's?

„How to create brand experience with impact“!

Das Motto ist Programm: Das NEXTLIVE.FESTIVAL ist – wie das OMR-Festival – ein modernes Marketing-Festival mit den Schwerpunkten Live-Kommunikation und Experience Marketing sowie angrenzenden Marketing-Disziplinen. Inhaltlich rücken wir die Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Event-Design in den Fokus. Bespielt werden die Themen durch drei Themen-Stages, auf denen u. a. interaktive Panelgespräche stattfinden. In den „Living Rooms“ mit Experten-Breakouts teilen führende Marketing-Fachleute ihr Wissen in den vorgenannten drei Themenbereichen in einem etwas intimeren Rahmen.

Was ist unser „Warum“?

Brand eins-Mastermind Wolf Lotter sagte beim Kongress „Pfade in die Zukunft“ in seiner Keynote „Context is King“ bereits: „Vieles fand bisher nach innen gerichtet statt. In Zukunft besteht die Priorität der Veranstaltungswirtschaft darin, Formate zu finden, die eines im Auge haben müssen: den Nutzen für die Kundinnen und Kunden. Und das sind eben nicht die Leute in der eigenen Branche, sondern die zahlenden Kunden auf Auftraggeberseite, die man thematisch wieder in die wirtschaftsbezogenen Veranstaltungen bringen muss.“ Und genau dort setzt das NEXTLIVE.FESTIVAL an.

Mit wem und für wen machen wir das?

Das NEXTLIVE.FESTIVAL richtet sich an Auftraggeber von Events. Die Teilnehmenden kommen von Marken und Unternehmen sowie aus öffentlichen Einrichtungen und (Non-Profit-) Organisationen. Eine weitere Zielgruppe liegt auf den Entscheidern und Entscheiderinnen von morgen: der Gen-Y und der Gen-Z. Wir präsentieren vielversprechende Start-ups und bringen die Youngster ins Gespräch mit den erfahrenen Marketing-Profis.

Das NEXTLIVE.FESTIVAL bringt 50–70 Marken zusammen, um sich gegenseitig zu inspirieren, zu vernetzen und zu den Themen Nachhaltigkeit, Event-Design und Digitalisierung auszutauschen.

Hier finden Sie weitere Infos:





Hotelneueröffnung: Premier Inn eröffnet mit 164 Zimmern

Fußläufig zum RMCC hat im März 2023 ein wichtiges neues Hotel der britischen Hotel-Kette Premier Inn eröffnet. Das Hotel, das sich in unmittelbarer Nähe zum Wiesbadener Hauptbahnhof befindet und von dem Wiesbadener Architekturbüro grabowski.spork architektur geplant wurde, passt zum „grünen Wiesbaden“: Zum Hotel-Konzept gehört nämlich eine umfassende Bepflanzung. Das Premier Inn wird auf drei Seiten von Rosen umsäumt. Hinzu kommen für weiteres Grün Ziersträucher, Heckenbänder und Hainbuchen. Auch das Thema Nachhaltigkeit spielt eine wichtige Rolle. Der Mutterkonzern Whitbread setzt mit seinem Nachhaltigkeitsprogramm „Force for Good“ branchenweit Maßstäbe: So hat sich der Konzern unter anderem zum Ziel gesetzt, bis 2040 einen Netto-Null-Emissionsausstoß zu erreichen. Schon jetzt ist der Strom in allen Premier-Inn-Häusern zu 100 Prozent grün. Die Bettwäsche und die Handtücher vieler Häuser, so auch aller Neueröffnungen, führen das Label „Grüner Knopf“ und sind damit zertifizierte Textilien aus nachhaltiger Produktion.

Zwei neue Online-Guides für Wiesbaden machen die Planung leichter

Wiesbaden hat zwei neue „Gadgets“ für die Reiseplanung oder um einen Besuch der Stadt nach einer Tagung oder einem Kongress noch effizienter zu gestalten:

Mit dem neuen digitalen Gastro-Guide „yummy“ lässt sich über eine Filterfunktion online ein passendes Restaurant finden. Bewertungen und Blogbeiträge machen die Entscheidung noch einfacher.

Mehr dazu hier:



Für alle, die Wiesbaden touristisch entdecken wollen, empfehlen wir die plazy-Web-App, über die sich in nur einer Minute ein maßgeschneidertes Wiesbaden-Programm zusammenstellen lässt. Ob Kultur, Natur, Sightseeing oder Kulinarik – Sie sagen, was Sie interessiert – „plazy“ findet die Orte und Erlebnisse, die zu Ihnen passen und präsentiert Ihnen diese in einer praktischen Zusammenstellung.

Mehr dazu hier:



Julia Schmitz betreibt „Yummy Wiesbaden“

Wir sind on Tour

- 23. bis 25. Mai** IMEX, Frankfurt
- 06. bis 08. Juni** m&i Healthcare Forum, Den Haag
- 09. September** Verbände Infotag, Berlin

... oder im RMCC, im Kurhaus Wiesbaden oder im Jagdschloss Platte zu einer Hausführung.

So erreichen Sie uns

- Sales: **+49 611 1729-400** | sales@wicm.de
- Rahmenprogramme: **+49 611 1729-702** | gruppen@wicm.de
- Marketing: **+49 611 1729-144** | convention-marketing@wicm.de

Hier treffen Sie uns:



Werden Sie jetzt Follower:

