



Für kraftvolle Veranstaltungen in einer kraftvollen Region – das Hallenduo Porsche-Arena und Schleyer-Halle in Stuttgart. © Thomas Niedermüller / www.niedermueller.de

Wo die Zukunft (zumeist) schon Realität ist

Dass die Kongressdestination Stuttgart nicht nur in der mep häufiger eine Rolle spielt, kommt nicht von ungefähr. Die Region ist eine der dynamischsten in ganz Deutschland. Was wird hier besser gemacht? Vielleicht ist es einfach der Spaß an der Freude, der zur Freude an der Innovation wird... Das gilt auch für die Veranstaltungswirtschaft mit einer besonderen Fülle an Locations, die sich auf die neuen Herausforderungen einstellen und längst an kreativen Lösungen feilen. Prognose: Sie werden damit erfolgreich sein.

Ein Kernstück der Strategie von Stuttgart-Marketing und Regio Stuttgart markiert deshalb die Digitalisierung – wie etwa die Augmented-Reality-App „360 Grad Fernsehturm“, die als „digitales Fernrohr“ wirkt: Bei eingeschalteter GPS-Funktion werden auf dem Smartphone oder Tablet die Sehenswürdigkeiten angezeigt, in deren Richtung man blickt. Ein weiteres

Beispiel ist die „digitale Gästemappe“ in Hotelzimmern: Mittels dort bereitgestellter Tablets erhalten die Gäste digitalen Zugang zu den touristischen Angeboten der Region.

Top ist man auch in Sachen Nachhaltigkeit: Als eine der ersten teilnehmenden deutschen Städte steht Stuttgart im Ranking des Global Destination Sustainability Index (GDS) an hervorragender vierter Stelle und nimmt damit auch hierbei im internationalen Wettbewerb eine Vorreiterrolle ein. Für das Stuttgart Convention Bureau (SCB) bildet das Thema schon lange einen Schwerpunkt. Konkrete Ergebnisse sind u.a. Gratis-ÖPNV bei Hotelreservierung über Stuttgart-Marketing in den teilnehmenden Partnerhotels sowie die Vermittlung des Veranstaltungstickets der Deutschen Bahn.

Hoher – und zahlreicher – Besuch aus Fernost...

Das SCB ist eine Abteilung von Stuttgart-Marketing GmbH

und der Regio Stuttgart Marketing- und Tourismus GmbH und hat auch beim bislang größten Incentive asiatischer Besucher in Deutschland eine wichtige Rolle gespielt. Ende Mai besuchten die 2.700 (!) erfolgreichsten Verkäufer des Unternehmens „Jeunesse Greater China“ (China, Hong Kong, Taiwan) Süddeutschland und hierbei auch die Region Stuttgart. Der Fokus der Reise lag auf Geschichte und Shopping. Dabei zahlten sich die guten Verbindungen des SCB aus:

In Stuttgart wurde das Mercedes-Benz Museum, normalerweise an diesem Tag geschlossen, exklusiv für die Gäste geöffnet. Achim Dellnitz, Tourismuschef der Region Stuttgart, begrüßte die Teilnehmer persönlich. Besonderer Höhepunkt war ein Treffen mit Jutta Benz, Urenkelin des legendären Auto-Pioniers Carl Benz und deshalb wohl auch Markenbotschafterin. Danach ging es ins 30 km entfernte Metzgingen, bekannt durch seine Out-

letcity und als Heimatstadt von Hugo Boss. Das Stuttgart Convention Bureau unterstützt die Planungen der Durchführungsagentur in Taiwan.

Viele neue Hotel- und Event-Kapazitäten

Auf einige wird im Rahmen dieses Berichts noch näher eingegangen. Ab 2018 wird die neue Halle 10 der Messe Stuttgart rund 14.600 qm Ausstellungsfläche bieten und damit die Gesamtfläche des Messegeländes auf 120.000 qm erweitern. Das Maritim Hotel Stuttgart wurde umfassend renoviert, darunter alle 555 Zimmer. In unmittelbarer Nähe zum ICS/Flughafen entsteht derzeit ein zweites Mövenpick Hotel, das im Frühjahr 2019 eröffnen soll. Und das Kongress- und Tagungszentrum Filderhalle wird noch im kommenden Jahr um einen zusätzlichen multifunktionalen Veranstaltungsraum bereichert, der das Gesamtareal dann um knapp ein Fünftel vergrößert.

www.congress-stuttgart.de

„Kreativität entsteht im Zwischenraum“

... sagt Michael O. Schmutzer, der vor knapp zehn Jahren das Unternehmen Design Offices gegründet hat. Kern des Konzeptes ist die Einsicht, dass Ideen von morgen nicht in den stereotypen Büroetagen von gestern entstehen können. Die fortschreitende Demokratisierung der Statussymbole in Verbindung mit dem aufziehenden digitalen Zeitalter verlangt nach neuen produktiven Arbeits- und Lernprozessen.

Ansatz von Design Offices ist es daher, für die vier definierten Arbeitsarten „Focus, Education, Collaborate, Socializing“ das passende Umfeld zu schaffen. Inspirierende Räume sollen es sein, die sich komplett der modernen Arbeit verschreiben und sowohl kreative Zusammenarbeit wie auch konzentrierte Einzelarbeit unterstützen. Deshalb existiert eine Vielzahl abwechselnder räumlicher Settings – für vertikales Arbeiten über Co-Working-Bereiche bis

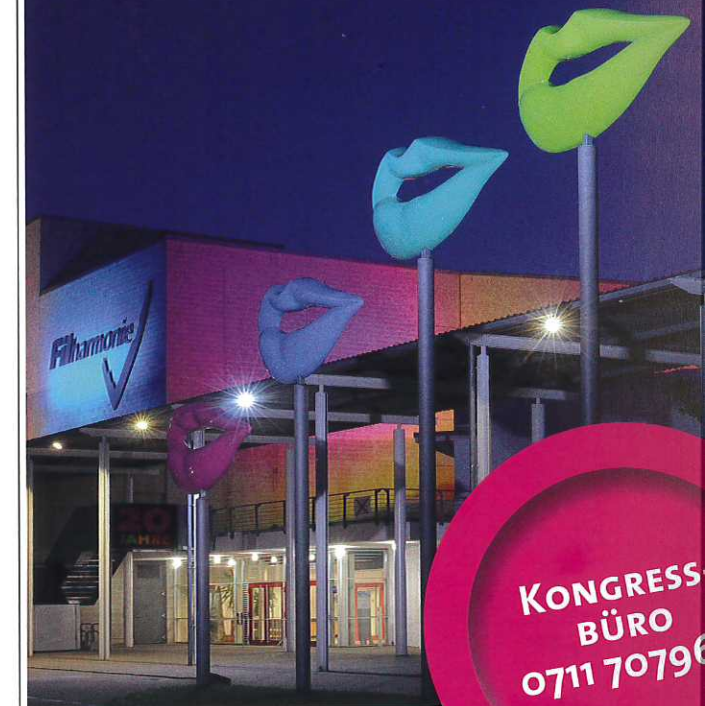
hin zu offenen Zonen für kleinere Besprechungen oder den kommunikativen Austausch. Das funktioniert natürlich nur mit entsprechend hochwertiger Ausstattung, die auch professionelle Licht- und Akustikeffekte umfasst. Die Räume haben beschreibbare Wände, sind trennbar und damit flexibel und passen zu wechselnden, unterschiedlichen Bedarfslagen. In Stuttgart gibt es gleich zwei Standorte – Design Offices Stuttgart Mitte und Design Offices Stuttgart Tower am Stadtrand. Deutschlandweit ist man aktuell in 13 Metropolen vertreten.

Neben guter Verkehrsanbindung z.B. in Hauptbahnhofsnähe wie in Stuttgart oder Nürnberg ist auch die Ansiedlung im Umfeld namhafter Nachbarn ein Vorteil – etwa im Münchner Tower mit Tagungsräumen in der 31. und 32. Etage! Exklusivität ist ein weiterer Benefit – zu erleben auf den Dachterrassen von Design Offices in Frankfurt und Nürnberg. www.designoffices.de



© Design Offices

FILHARMONIE FILDERSTADT



KONGRESS
BÜRO
0711 70796

- Eine S-Bahn-Station zur Messe/Flughafen
- Zertifiziert nach ISO 9001:2008
- Kompetent und flexibel
- 600 kostenfreie Parkplätze
- Top-Catering

Filharmonie
Kultur & Kongress
Zentrum
Filderstadt