

ADVISORY BOARD
events





ADVISORY BOARD

events



WARUM EIN ADVISORY BOARD?

Die Entscheidung, ein Advisory Board ins Leben zu rufen, war die logische Fortsetzung einer Entwicklung, die der Verlag seit der Jahrhundertwende verfolgt. Nicht etwa eine mangelnde Innovationsfähigkeit, sondern das Gegenteil, ein gewachsenes Selbstbewusstsein und die Verpflichtung unseren Lesern gegenüber, waren die Triebfeder für diese Innovation. Wir stellen uns einer erweiterten Kompetenz, die es uns ermöglicht, die Bedürfnisse unserer Branche besser kennen zu lernen und die Qualität unserer redaktionellen Arbeit zu vertiefen.

Es ist für uns eine große Ehre und eine Genugtuung, dass 15 kompetente Persönlichkeiten aus der Industrie, führende Event-Agenturen, Professoren für Event-Marketing, kompetente Hotel- und Kongressfachleute und Fachberater, die wir zur ehrenamtlichen Teilnahme eingeladen und die uns spontan ihre Zusage erteilt haben, beratend zur Seite stehen werden. Die Kompetenz dieser Opinion Leader verkörpert die Wertschätzung gegenüber dem seit über 20 Jahren erscheinenden Medium *events*.

Klaus J. Ruppert
Publisher



PRÄAMBEL

Das Advisory Board empfiehlt dem Magazin *events* – THE INTERNATIONAL MANAGEMENT MAGAZINE FOR MEETINGS, INCENTIVES, CONGRESSES, EXHIBITIONS Trendthemen, die im Interesse der Meeting Professionals, primär Event-Planer, veröffentlicht werden sollen; hierzu gehört auch die Nennung von Autoren.

Zu den Aufgaben und Zielen des Advisory Boards zählen die Unterstützung und kritische Auseinandersetzung mit der Philosophie des Mediums.

Dabei sollten die Richtlinien des Rates für Nachhaltige Entwicklung (Wissenschaftszentrum Berlin GmbH) beachtet werden. Emissionsreduzierung bei Veranstaltungen, Corporate Social Responsibility und Ethik in der Veranstaltungsbranche sind Meilensteine und der Fokus des *events* Advisory Boards.

„Unternehmen legten noch nie Wert auf einen schlechten Ruf. In den siebziger Jahren oftmals wegen Ölunfällen, Umweltschäden und unfairen Arbeitsbedingungen in Entwicklungsländern öffentlich angeklagt, steigern Unternehmen seit einiger Zeit ihre Aktivitäten zur gesellschaftlichen Verantwortung“, so der Rat für Nachhaltige Entwicklung. Die unter der Bezeichnung „SOX“ – Sarbanes Oxley Act in den USA seit 2002 eingeführte Gesetzgebung für börsennotierte Aktiengesellschaften in den USA und deren Niederlassungen in der Welt schwappt langsam auch nach Europa über.

Die Verflokelung des Wortes „Nachhaltigkeit“ trägt zu sehr viel Unsicherheit bei. Oft genug wird dieses Wort auch gerade in der Veranstaltungsbranche mit großer Sorglosigkeit sinnfrei verwendet. Dagegen versuchen wir die Diskussion anzustoßen, weil wir glauben, dass eine nachhaltige Entwicklung zu wirtschaftlich profitablen Ergebnissen führt.

Was ist Nachhaltigkeit? Nachhaltige Entwicklung heißt, Umweltgesichtspunkte gleichberechtigt mit sozialen und wirtschaftlichen Gesichtspunkten zu berücksichtigen. Zukunftsfähig wirtschaften bedeutet also: Wir müssen unseren Kindern ein intaktes ökologisches, soziales und ökonomisches Gefüge hinterlassen. Das eine ist ohne das andere nicht zu haben. Wer sich jetzt nachhaltig verhält, wird auch in der Zukunft erfolgreich und profitabel wirtschaften können.



MITGLIEDER

VORSITZ

Dr. Nikolaus Breisach
Graz

BEIRATSMITGLIEDER

Vok Dams
Vok Dams Gruppe, Wuppertal

Sven Eichenlaub
event competence+compagnie, Nierstein

Johanna Fischer
tmf – Travel Marketing Factory GmbH, Munich and Würzburg

Dr. Hans-Jürgen Gaida
gaidaconsult, Hannover

Martin Klug
PP Partner-Projekte, Hochheim

Michel Maugé
m:con – Mannheimer Kongress- und Touristik GmbH

Thorsten D. Meier
The Leading Hotels of the World, New York

Christian Mutschlechner
Vienna Convention Bureau

Prof. Dr. Hans R.G. Rück
Fachhochschule Worms

Salvatore Ruggiero
Schott AG, Mainz

Manuel Sancha
Maxsense Marketing GmbH, Gross-Gerau

Markus Schlegel
Tailor Made Consulting, Dreieich-Götzenhain

Daniel Tschudy
Meetings Industry Consultant, Zürich

Prof. Dr. Cornelia Zanger
Technische Universität Chemnitz



DR. NIKOLAUS BREISACH

Graz

Geboren am 5. Dezember 1947

Studium der Rechtswissenschaften
an der Karl-Franzens-Universität Graz

1972 Promotion zum Dr. juris

1972 – 1980 Chief Account Manager bei der internationalen
Werbeagentur „Die Sieber - Saatchi & Saatchi“

seit 1980 Geschäftsführer des Grazer Congress

seit 2001 Vorstandsvorsitzender der
Österreichischer Skulpturenpark Privatstiftung

In 25 Jahren als Geschäftsführer des Grazer Congress hat Breisach ganz wesentlich an der erfolgreichen Positionierung von Graz als internationale Kongressdestination mitgewirkt; er zeichnet u. a. verantwortlich für Gründung und Aufbau der Marketing Allianz „Historic Conference Centres of Europe“; für seine Verdienste um die internationale Kongressindustrie, seine ungewöhnlichen Marketingkonzeptionen und Kommunikationsstrategien gewinnt Breisach zahlreiche hochkarätige internationale Auszeichnungen, wie etwa jüngst den Lorenzo dei Medici Award 2002, den ICCA Best Marketing Award 2005 oder den EIBTM Award 2005 in der Kategorie „Best Venue Marketing Campaign“. Für die von ihm entwickelte Dachmarkenkampagne Meetinggraz.at gewinnt Breisach den Sonderpreis der Jury beim Staatspreis Werbung 2005 des Bundesministeriums für Wirtschaft und Arbeit.

Neben seiner Tätigkeit in der Kongressindustrie betreibt Breisach seit 20 Jahren die Galerie CC, eine Galerie Moderner Kunst in Graz. Seit 2001 steht er als Vorstandsvorsitzender der Österreichischer Skulpturenpark Privatstiftung vor. Privat ist Breisach ein passionierter Kunstsammler, Gärtner und Golfer.

Nikolaus Breisach ist verheiratet und hat 3 Kinder



VOK DAMS

Vok Dams Gruppe, Wuppertal

Vok Dams kommt aus dem Medienbereich und ist Journalist. Als Hochschullehrer in Dortmund, Essen und Kassel beschäftigte er sich in den 70er Jahren mit den Möglichkeiten der audio-visuellen Kommunikation im Rahmen langfristiger Kommunikationsstrategien.

1975 gründete er die VOK DAMS GRUPPE, ein Unternehmen, das sich mit spektakulären Medien-Programmen zum Pionier in der direkten Zielgruppenansprache bei Veranstaltungen und auf Messen entwickelte. Heute hat sich die Agentur mit ihrem Leistungsangebot auf das gesamte Gebiet der direkten, erlebnis- und ergebnisorientierten Marketing-Kommunikation spezialisiert und ist eine der international führenden Agenturen für Events und Live-Marketing.

Am 01.07.2005 gründete Vok Dams zusätzlich VOK DAMS : ILM, das weltweit erste und einzige Institut für Live-Marketing. Ein Unternehmen, das sich auf die Analyse des Marktes, die Entwicklung von Kommunikations-Strategien zur direkten Zielgruppenansprache, sowie auf die Steuerung und Umsetzung langfristiger und vernetzter Maßnahmen des Live-Marketing spezialisiert hat.

Er ist geschäftsführender Gesellschafter der VOK DAMS GRUPPE sowie CEO und President des VOK DAMS : ILM, Institut für Live-Marketing. Darüber hinaus ist er Gründungsmitglied des FME, Forum Marketing-Eventagenturen, war lange Jahre dessen Präsident und ist heute stellvertretender Vorsitzender des Gesamtverbandes FAMAB, Fachverband Direkte Wirtschaftskommunikation.



SVEN MARKUS EICHENLAUB

event competence+compagnie, Nierstein

Geboren 10.06.1965

eventcompetence + compagnie (Gründer und Inhaber)
Erstes Beraternetzwerk in Sachen Live-Communication in Deutschland (10 Partner)
Competencepartner, Konzeptioner, Spezialist für Informationsmedialisierung, Berater, Referent, ext. Controller in Industry und Agenturen, Mitbegründer von www.professionaleventfacts.de und www.betriebsjubilaem.de

Spiegelbergakademie, Nierstein (Mitbegründer und Eigentümer)
Akademie u.a. für Nischenstrategien im Mittelstand & strategische Ausrichtung.



Berater, Seminarleiter, Coach – Einzelberatung, offene und Firmenseminare

ERCOM AG (Mitbegründer, Vorstand)
Bereichsvorstand für New Business Development, Konzeption und Strategie

Agentur für Ereignis-CO-Munication und Veranstaltungsmanagement GmbH (Geschäftsführender Gesellschafter)
Full-service Agentur für Eventmarketing und Ereignis-COMmunication

Künstleragentur Showkolade / Personaldienstleister manus dextra (Geschäftsführender Gesellschafter)
Umfangreiche Erfahrung

mit über 4.500 nat./int. Künstlern, Personaldienstleister und anderen Partnern des Eventmarketings

P&K&E Medienwerbung (Gründer und Mitinhaber)
Leitung des New Business Dev. und der Creation, Produktion von über 1.500 Rundfunkspots, Mediaschaltung und Planung (u.a. veranstaltungsbegleitend)

EMI-Thorn/Electrola
Trainee – Assistentenstelle bei A&R Management, Studioassistent i.d. Maarwegstudios, Assistent der GL Helmut Fest und Erwin Bach, diverse Tourbetreuungen (u.a. Monsters of Rock)

Drummer in versch. Bands nat./int. sehr viel Erfahrung mit Shows, stage, sets rigs lights & sounds und auf tournee, sowie mehr als 100 drum-students

Studium des klassischen Schlagwerkes an der Musikhochschule in Köln

Diverse Trainings/Praktika in Medien-, und Werbeagenturen

debeers diamond corp. South Africa Assistentenstelle und Trainee im Bereich Marketing und grit-processing, 8 Monate freie Reise durch Africa (2 ½ Jahre)

Gesellenbrief zum Werkzeugmacher (im Diamantwerkzeugbau) Tusch KG Siegen & Portugal Umgang mit versch. handwerklichen Fertigungstechniken bis heute... Kunst mit Stahl und Stein... (3 Jahre)

Wie handelt und denkt Sven Eichenlaub

- Intensivste Auseinandersetzung mit Marken, dem Unternehmen und -Kultur, der Aufgabe...
- Hohes Erfahrungspotenzial im Eventmarketing
- Praxisnahe CreAktivität und Erfahrungsaustausch zwischen Partnern
- Bereitschaft zu hohen Know-How Transfers
- Lösungsorientierung – und die Lösung...
- Strategische und operative Disziplin
- Grosses Kundenpotenzial und vielzählige branchenübergreifende Fallbeispiele
- Sicherheit durch mehr als 18 Jahre Erfahrung
- Hohes Wissenspotenzial um Märkte, Trends und Changes
- Große Flexibilität und Dynamik
- Schaffung der höchstmöglichen Transparenz
- Begeisterung und Neugier
- Unabhängig

Soziale Kompetenz.

Schnelle Verbindung und Bindungsfähigkeit
Ziel und lösungsorientierte Konfliktbewältigung
Führungskompetenz
Hohe Validierungsfähigkeit
Grosses interkulturelles Erfahrungspotenzial

Arbeitsweise und Motivation.

- Ich arbeite gerne mit Menschen, die ihre Kraft gemeinsamen Aufgabe widmen – auch oftmals in leader function – aufgrund hoher Anpassungsfähigkeit kann ich auch selbständig „lösen“ – ich war viele Jahre ständig selbst – heute möchte ich, dass andere Menschen von meinem Wissen profitieren.
- Die Motivation beziehe ich u.a. aus immer wieder interessanten Aufgabenstellungen und meinem Umfeld, Familie und Freunden und meinem humanistischen Handeln und Denken.

Wofür steht Sven M. Eichenlaub

- Für unkonventionelle Wege und Gedanken, gepaart mit CreAktivität und Dynamik. Dies immer im Sinne des Zieles und meiner Partner...! Vor allem aber: Klartext!

JOHANNA FISCHER

tmf - Travel Marketing Factory GmbH, Munich and Würzburg

tmf - Travel Marketing Factory GmbH is specialised on MICE Marketing/Sales services and representations for tourist boards and convention bureaus. We operate in all major European corporate MICE (meetings, incentives, convention, events) markets, especially in Germany, Austria/Switzerland, Benelux and Spain and have started activities in India for some of our clients.

JF personal background:

Following studies of tourism at university in Munich and employment in international strategic marketing for the city of Munich and for the German state of Bavaria, I started the tmf business activity in 1993, soon specialising on assisting suppliers of incentives and meetings destinations and high-end niche tourism products with their marketing and sales in different markets in central Europe. I am active member in SITE, MPI, ICCA and PATA and our company is strategic partner to IMEX Frankfurt, running an annual survey on trends and developments in the German-speaking outbound MICE markets.

Through working with many of the major European convention bureaus and suppliers for conference as well as for incentive products, we have a very broad view of how the outbound corporate MICE markets in Europe are working for the different products and destinations.

On a personal level I have always felt very much at home in the MICE industry and am happy I have chosen this focus for our company – or shall I say the subject has chosen me? I like the great networking that is provided through our industry and it's internationality, as well as the challenges - it is certainly a demanding and powerful environment.

I run my company with dedication and deep personal involvement – we are a small but nevertheless ambitious team of people who take big efforts to always be a step ahead of the market and thus being able to advise and support our many clients with best practise for their marketing strategies and tactical approach in the markets we are active in. Our clients are demanding – this keeps us going and we like the challenges they put us in. Our vision for the company is big and I am curious and excited to develop further – on a business as well as on a personal level.

Today's clients of tmf GmbH are

Representation for the tourist board of the island of Tenerife
Representation of Visit Scotland Business Tourism Unit, Lisbon
Convention Bureau

MICE marketing/sales projects and consulting for the tourist boards of Singapore, Finland, Spain, Denmark and for the convention bureaus of Barcelona, London, Nice, Lake Geneva, Costa del Sol, FIBES Sevilla, ExCeL London and many more.

Through our PR/Media company Piranha Presse & PR we also offer PR and media buying services to our clients.



DR. HANS-JÜRGEN GAIDA

gaidaconsult, Hannover

geb. 1942 in Gleiwitz O/S, aufgewachsen in Gleiwitz, Rostock, Berlin (Ost) und Berlin (West)

Studium der Publizistik, Neueren Geschichte und Volkswirtschaft in Münster und an der Freien Universität Berlin; Promotion cum laude zum Dr. phil. mit einer Arbeit über Verbandspublizistik

Nahezu 40 Jahre Berufsleben als:

Führungskräfte-Trainee, Deutscher Industrie- und Handelstag (DIHT), Bonn,

Fachreferent für Absatzförderung, Berliner Absatz-Organisation (BAO) GmbH

Geschäftsbereichsleiter, Generalbevollmächtigter und Prokurist; Messe Frankfurt GmbH

Leiter Öffentlichkeitsbeziehungen/Marketing für die Staatsoper und die Volksoper in Wien, Österreichischer Bundestheaterverband

Geschäftsführer, Halle Münsterland GmbH in Münster

Geschäftsführer, KKR Kultur- und Kongresszentrum Reutlingen GmbH

Direktor, Hannover Congress Centrum

Mitglied von Beiräten und Fachgremien, u.a.:

Präsidium des Deutschen Mode-Instituts (DMI),

Jury „Christobal Balenciaga“ des spanischen Modeinstituts in Madrid

Fachbereich Kongresse, Tagungen und Ausstellungen im Europä-

ischen Verband der Veranstaltungs-Centren, EVVC (Leiter) Tourismusausschuss des Deutschen Industrie- und Handelskammertags (DIHK)

Arbeitskreis Kongresswirtschaft und Arbeitskreis Neue Medien des Ausstellungs- und Messeausschusses der Deutschen Wirtschaft (AUMA)

Vorsitzender der Gesellschaft der Musik- und Theaterfreunde Münsters und des Münsterlandes e.V. (Vorsitzender)

Meeting Professionals International (MPI)

Rotary seit 1995

außerdem:

Lehrauftrag am Internationalen Centrum für Cultur und Management (ICCM) in Salzburg für Management und Marketing in der Wirtschaft und ihre Anwendung auf den Kulturbereich (1990-1997)

Lehrauftrag an der Europäischen Medien- und Event-Akademie (Baden-Baden) über Organisationsmanagement in Veranstaltungszentren (2002-2003).

Dozent an der Berufsakademie Ravensburg über Kulturmanagement für Messe-, Kongress- und Eventfachleute (seit 1998)

Vorträge, Seminare, Publikationen

Seit April 2007 selbständig:

Beratung – Konzepte – Support für Messe/Kongress/Event/Kultur/Tourismus/Catering



MARTIN KLUG

PP Partner-Projekte, Hochheim

Jahrgang

1959

Familienstand

verheiratet, 2 Kinder

Ausbildung

Reiseverkehrskaufmann
Diplom-Betriebswirt (FH)

Beruflicher Werdegang

01/1991 - 07/1993	Projektleiter Events & Incentives Gemadi GmbH, Nauheim
08/1993 – 08/1997	Mitglied der Geschäftsleitung ConTeam Human Event GmbH, Groß-Gerau
09/1997 – 09/1998	Head of Travel Management Ruhrgas AG, Essen
10/1998 – 03/2001	Head of Events Deutsche Börse AG, Frankfurt
seit 04/2001	Geschäftsführender Gesellschafter Partner-Projekte GmbH, Bodenheim (Mainz)

Private Interessen

Motorrad, Paragliding

Lebensmotto

Nichts ist wie es scheint!



MICHEL MAUGÉ

m:con – Mannheimer Kongress- und Touristik GmbH

Michel Maugé ist am 6. September 1947 in Baden-Baden geboren. Nach seinem Studium, mit den Schwerpunkten Betriebswirtschaft, Marketing und Tourismus an der Hochschule für Welthandel in Wien wurde er 1973 Vorstandsassistent der Bäder- und Kurverwaltung Baden-Baden.

Von 1978 bis 1984 als Chef des Aachener Verkehrsamtes, Kurdirektor und Protokollchef tätig, war er u.a. auch für die Verleihung des Karlspreises zuständig. Bis 1989 war er Geschäftsführer der ACT – Aachener Congress und Touristik GmbH.

Seit 1989 ist Michel Maugé Geschäftsführer des Kongresszentrums Rosengarten. Die m:con Mannheimer Kongress und Touristik GmbH ist ein erfahrener Kongress-Organisator und Event-Produzent. Neben hauseigenen Veranstaltungen im Congress Center Rosengarten werden Tagungen, Kongresse und Events deutschlandweit und im benachbarten Europa geplant und organisiert. Der Umsatz beträgt mehr als 20 Millionen Euro p.a.

Michel Maugé war u.a. Verwaltungsratsmitglied des German Convention Bureau (GCB) und Vizepräsident des Weltverbandes der Kongresszentren AICP (Association Internationale des Palais

de Congrès). Außerdem war er Präsident der German Chapters der International Congress and Convention Association (ICCA) und der Meeting Professionals International (MPI) Germany. Seit 1997 ist Maugé Vizepräsident der Historic Conference Center of Europe (HCCE).

Als Dozent an den Fachhochschulen in Heilbronn, Worms und der Berufsakademie Mannheim sowie als gefragter Referent und Ehrenpräsident von Meeting Professionals International (MPI) Germany gibt er seine vielfältigen Erfahrungen an andere weiter und gestaltet so die Zukunft der Kongressbranche aktiv mit.

Seit Dez. 2006 bekleidet Michel Maugé das Amt des Honorarkonsuls der Republik Frankreich in Mannheim.



THORSTEN D. MEIER

The Leading Hotels of the World, New York

Thorsten Meier was named managing director worldwide of Leading Group Sales in June 2004. Based in the New York offices of The Leading Hotels of the World, Ltd. since 2006, he is responsible for the activities of all seven LGS offices around the world. Presently, he is also overseeing preparations for the opening of two additional offices in 2008.

Mr. Meier had joined the organization in 2002 as director, working out of its London office. Previously, he served as director of sales and marketing for Grand Hotel Schloss Bensberg, one of The Leading Hotels of the World in Cologne, Germany. He had also held senior sales and marketing positions at Kempinski Hotel Taschenbergpalais in Dresden and at Kempinski Hotel Atlantic in Hamburg, also members of Leading Hotels.

Mr. Meier received his professional training at the Institute for Hotel Management.

Since 2004 Mr. Meier has been a member of various advisory boards with Reed Travel Exhibitions.



CHRISTIAN MUTSCHLECHNER

Vienna Convention Bureau

born 26 July 1953, married, 3 children

1971 – 1977 University Studies Economy Languages
(French, Italian)
1977 Free lance at conventions organised in Vienna
1978 – 1980 INTERCONVENTION, PCO
daughter company of Austrian Airlines Staff
member, organizing meetings in Vienna
1980 - 1984 CONFERENCE MANAGEMENT (PCO company
based in Vienna) junior share holder organizing
meetings up to 7000 delegates in Vienna and
Budapest
1985 - 1987 VIENNA TOURIST BOARD Sales Promotion and
Convention Department
1988 - 1990 Deputy Director, Sales Promotion and Convention
Dept.
since 1991 Director of the restructured VIENNA
CONVENTION BUREAU (one of the four
departments of the Vienna Tourist Board)

Presence in national and international industry associations

1997 - 2003 Austrian Convention Bureau (ACB) Treasurer
2003 - 2nd Vice President European Federation of
Conference Towns (EFCT)
1995 – 1996 Observer / Executive Committee
1996 – 1998 Member of the Executive Committee

1998 – 2001 2nd Vice President
2001 – 2003 President
2003 - 2004 Past President
2004 - 2005 Board Member International Congress and
Convention Association (ICCA)
since 1997 Member of the Board of Directors
1997 – 1998 Member
1998 – 2002 1st Vice President
2002 - 2006 President
2006 - Immediate Past President Alpine Center The Swiss
Business School for Hotel & Tourism Management
since 2006 Member of the Advisory Board Reed Travel
Exhibitions
since 2006 Member of the Chief Executive Officer Summit
Forum

Awards

Borsa del Turismo Congressuale (BTC)

Lorenzo de Medici-Award 2004

Publications and Articles

La paneuropéanisation des congrès, p. 107 ff.

in Martine Denoune, Réunir pour réussir, Editions de l'Aube
2004

Lectures

Lecturer at University College of Gotland (Sweden)

Course: Conference and Meetings Management



PROF. DR. HANS RÜCK
Fachhochschule Worms

Prof. Dr. Hans Rück (42) ist Dekan des Fachbereichs Touristik/Verkehrswesen an der Fachhochschule Worms. Dort hat er die Professur für Marketing und Allgemeine Betriebswirtschaftslehre inne. Darüber hinaus lehrt er als Adjunct Professor an der Schweizer Internet-Universität Educatis das Fachgebiet Internationales Marketing.

Er berät namhafte Unternehmen, Institutionen und Verbände aus Touristikindustrie und Veranstaltungswirtschaft.

Im Anschluss an eine Lehre zum Werbekaufmann studierte Prof. Dr. Rück an der Frankfurter Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Marketing, Handelsbetriebslehre und Wirtschaftssoziologie. Er promovierte mit einer Forschungsarbeit zur Dienstleistungstheorie am Frankfurter Lehrstuhl für Handelsbetriebslehre bei Prof. em. Dr. Dr. h. c. Rudolf Gumbel.

Seine Forschungsschwerpunkte sind: Eventmarketing und Eventkontrolle, Tourismusmarketing, Internationales Marketing, Markenführung sowie Kundenbindungs- und Kundenwertmanagement.



SALVATORE RUGGIERO

Schott AG, Mainz

Salvatore Ruggiero ist Direktor Messen und Events bei der SCHOTT AG.

Er ist verantwortlich für die Koordination und Steuerung der weltweiten Aktivitäten im Bereich Messen und Events des SCHOTT Konzerns. Darüber hinaus ist er zuständig für das Erich-SCHOTT-Centrum in Mainz, ein modernes Konferenz-Zentrum für Kunden und Mitarbeiter.

Weiterhin entwickelte er für den Konzern im Rahmen der B-to-B-Kommunikation eine weltweite Eventstrategie, um zielgerichteter das Informationsverhalten der Entscheidungsträger erreichen zu können.

Neben dem Fokus auf den optimalen Einsatz des Messe-Event-Budgets zur Erreichung der Marketingziele beschäftigt er sich mit der strategischen Messe- und Eventplanung für den weltweiten Konzernauftritt, um die erfolgreiche Verzahnung des Kommunikation-Mix zu sichern.



JUAN MANUEL SANCHA GARCIA

max.sense Marketing GmbH, Gross-Gerau

Geboren:

23. September 1955 in Barcelona, Spanien
Seit 1961 in Deutschland

Familie:

Verheiratet, 2 Kinder

1973 Ausbildung zum Reiseverkehrskaufmann

Bis 1986 Verantwortlich für Events und Incentives bei Gemadi

Mitglied der Geschäftsleitung bei Ambassador
Service, Events & Incentives

1990 Selbständigkeit
Geschäftsführer der ConTeam Human Event GmbH

2003 Umfirmierung zur Maxsense Marketing GmbH
Geschäftsführer Event- und Incentive Agentur –
Manufaktur der Sinne

Meine Philosophie und meine Beweggründe diesen Berufsweig zu wählen war es, die Servicequalität zu verbessern und vor allem den Menschen und seine Bedürfnisse zu verstehen und diesen durch Events und Incentives ein Stück Lebensqualität zu vermitteln. Alle Sinne des Menschen anzusprechen und diese zu begeistern. Also eine Manufaktur der Sinne!



MARKUS SCHLEGEL

Tailor Made Consulting, Dreieich-Götzenhain

Markus Schlegel wurde am 6. August 1961 in Köln geboren und absolvierte nach dem Abitur zunächst eine Ausbildung zum Hotelkaufmann im Hotel Intercontinental Köln. Nach der Bundeswehrzeit, Studium in der französischen Schweiz, im Centre International de Glion s/Montreux, der führenden privaten Fachhochschule für Hotelmanagement. Nach dem Diplom, HPDP-Stipendium und Managementtraining von Hilton Hotels International in Amerika. Anschließend bekleidete Markus Schlegel zahlreiche Managementpositionen in der Luxushotellerie in Deutschland sowie im europäischen Ausland (u.a. in Frankreich, Spanien, Österreich und der Schweiz).

Ab 1989 Vertriebs- und Marketingkarriere bei den Intercontinental Hotels zunächst als Regional Sales Manager in München für den bayerischen Raum. Zusätzlich ab 1990 Zuständigkeit auch für Österreich und die Schweiz und ab 1991 leitend verantwortlich für die gesamte Region Süddeutschland, Österreich & Schweiz mit Sitz in der Frankfurter Zentrale der Intercontinental Hotels, ab 1993 Gesamtverantwortung für Zentral- und Osteuropa als Verkaufsdirektor. September 1995 Wechsel zur französischen Luxushotelgruppe Concorde Hotels (im Besitz der Familie Taittinger) und Übernahme der Leitung der Verkaufs- und Marketingdirektion für Zentraleuropa. Januar 1999 Beförderung zum Regionaldirektor Zentraleuropa der Concorde Hotels und Erweiterung

der Aufgaben um die Bereiche Hotelentwicklung und -expansion, Partnermarketing und zentrale Hoteloperation. Im Jahr 2000 wurde Schlegel zum Manager of the Year von Concorde Hotels ausgezeichnet.

Seit 2003 Partner und Vice President bei Tailor Made Consulting, einer der führenden Hotelrepräsentanzen in Deutschland, spezialisiert auf die Vermarktung von nationalen und internationalen Hotels und Hotelgruppen sowie DMCs (Destination Management Companies) in den deutschsprachigen Quellenmärkten.

Sonstiges: President MPI German Chapter 1997/1998 und insgesamt sechs Jahre Vorstandsmitglied dieses weltweit größten Fachverbandes der Tagungs- und Incentivewirtschaft.



DANIEL TSCHUDY

Meetings Industry Consultant, Zürich

Der weltgereste Schweizer Daniel Tschudy (52) hat in über dreissig Jahren mit Firmenkunden, Verbandsverantwortlichen, Regierungsvertretern, Marketingpartnern, Medienvertretern und Zulieferern an Bewegungen von und nach über 140 Ländern gearbeitet. Ursprünglich aus dem Reisegeschäft (die Karriere begann 1971 bei Kuoni Zürich), lebte Tschudy 12 Jahre im Ausland: fünf Jahre mit Schweiz Tourismus in Deutschland, England, Kanada und Frankreich, sowie 6 Jahre in Tokio/Japan, beim damaligen Joint-Venture von Thomas Cook und Wagonlit (involviert im globalen Tour Operating).

1987 war er zusammen mit Roger Tondeur Mitbegründer der Incoming- und Kongressagentur MCI in Genf, und nachdem zwei Jahre später die Organisation aufgeteilt wurde, besass und führte er in seiner Heimatstadt Zürich die MCI Destination Management AG. Zehn Jahre dauerte die erfolgreiche Zusammenarbeit mit MCI Genf, und während dieser Zeit wurde die Agentur Vorreiter im Incentive- und Kongressbereich. 1998 gab Tschudy seine Rechte an MCI ab und taufte seine Zürcher Agentur in Spectrum Events AG um. Zudem übernahm er zwei Jahre später die führende Hostessen-Agentur VIP-Affair und gliederte sie in Spectrum ein (zuletzt engagierte die Agentur rund 30 Festangestellte und über 120 Hostessen). Nach 17 Jahren erfolgreichem Werken für MCI / Spectrum verkaufte Tschudy im Dezember 2006 die Mehrheit der Aktien an die englische Grass Roots Group plc. (www.grg.com) und verliess Spectrum im Juni 2007.

Derzeit arbeitet Daniel Tschudy als Meeting Industry Consultant und dient gleichzeitig in den Advisory Boards der Abu Dhabi-basierten Fachmesse GIBTM (Gulf Incentive, Business Travel & Meetings Exhibition) und dem in Frankfurt basierten Fachmagazin *events* – the International Management Magazine for the MICE-industry.



PROF. DR. CORNELIA ZANGER

Technische Universität Chemnitz

Frau Prof. Cornelia Zanger studierte Betriebswirtschaftslehre an der TU Dresden. Nach Promotion und Habilitation auf dem Gebiet des F & E-Managements an der TU Dresden war sie fünf Jahre in einem Softwarehaus im Vertrieb tätig. 1990/91 war sie Gastprofessorin für Innovationsmanagement an der Universität Kiel, danach Professorin für Allgemeine Betriebswirtschaftslehre an der RWTH Aachen. Im Jahre 1994 folgte sie dem Ruf auf den Lehrstuhl für Marketing und Handelsbetriebslehre an die TU Chemnitz. Einen Ruf auf einen Lehrstuhl für Handel und Marketing an die Universität Hamburg lehnte sie 1998 ab. Frau Prof. Zanger war 3 Jahre Prorektorin für Lehre und Studium der TU Chemnitz und ist seit 2006 Prorektorin für Marketing und Internationale Beziehungen.

Forschungsschwerpunkte von Frau Prof. Zanger sind innovative Kommunikationspolitik und Event- und Messe-Marketing, Markenkernanalysen, Jugend- und Seniorenmarketing sowie Marketingstrategien für KMU und Existenzgründer. Zu den genannten Themen entstanden in den letzten fünfzehn Jahren mehr als 200 Veröffentlichungen in Fachzeitschriften und Sammelbänden sowie als Bücher.

Auf dem Gebiet des Eventmarketing führt sie seit 1998 in Deutschland, Österreich und den USA repräsentative Marktstudien durch, die in der Reihe „Eventreport“ veröffentlicht werden (www.eventreport.eu). In Chemnitz entstand theoriegeleitet auch das erste standardisierte Instrument zur Erfolgskontrolle, der „Eventcheck“, auf dessen Grundlage seit 1998 zahlreiche Events in den Bereichen Automobilproduktion, Tourismus, Medien, Banken, Handel und Lebens- und Genussmittelindustrie evaluiert wurden.

Seit 2005 wird der erste universitäre MBA-Studiengang „Eventmarketing“ als Weiterbildungsstudiengang erfolgreich an der TU Chemnitz unter der Leitung von Frau Prof. Zanger angeboten und startete im Oktober 2007 bereits im vierten Durchgang.

Neuester Service zum Thema Event ist ein Onlinelexikon, in dem wichtige Begriffe und Zusammenhänge zum Thema Eventmarketing definiert und erläutert werden (www.eventlexikon.eu).



~~Gedruckt auf Recycling Papier~~
~~FSC zertifiziert~~



events - THE INTERNATIONAL MANAGEMENT MAGAZINE
FOR MEETINGS, INCENTIVES, CONGRESSES, EXHIBITIONS
Trakehner Str. 7-9, Bürohaus A
60487 Frankfurt/Main, Germany
Tel: +49(0)69-955236-0
Fax: +49(0)69-955236-22
www.events-magazine.com