



The Global Magazine for Meeting,  
Incentive and Event Professionals

# Malta: Mediterranean melting pot



## **Fluggesellschaften: Die Luft wird dünn**

**Carriers:** The air is getting thin  
for the airline industry

## **Leipzig: 46 starke Partner**

**Leipzig:**  
46 strong partners

## SPOTLIGHT

<b>Carrier:</b> Die Luft wird dünn.....	16
<b>Meeting Talk:</b> Polizeieskorte zum Gala-Dinner.....	24

## GERMANY

<b>Destination Leipzig:</b> Leipzig lohnt.....	35
<b>CWT-Geschäftsreisebarometer:</b> Das Menschliche geht vor.....	47
<b>Super Foods:</b> Wieder etwas Neues.....	52
<b>Gutshaus Stolpe:</b> Von Metzger setzt auf Events.....	60
<b>Kölner Kongressgeschäft:</b> Bedeutende wirtschaftliche Effekte.....	62
<b>Business Travel Show, Düsseldorf:</b> Automatisierung und Internationalisierung als Trendthemen.....	66
<b>Kongressstandort Stuttgart:</b> 6.000 Urologen im ICS Stuttgart.....	70

## EUROPE

<b>Malta:</b> Mediterraner Schmelztiegel.....	93
<b>Square Brüssel:</b> Mit doppelter Kapazität zurück.....	110
<b>Disneyland Resort Paris:</b> Messen mit Mickey.....	114
<b>Kunst in Hotels:</b> Im Bett mit „alten Meistern“.....	116
<b>Alpin Convention:</b> Incentive mit Sozial-Engagement.....	125

## INTERNATIONAL

<b>Atlantis, The Palm, Dubai:</b> Neue Dimension für Veranstaltungen.....	126
<b>AIPC:</b> Ein „seltames Paar“ in Einklang bringen.....	130
<b>TAM Airlines:</b> Die brasilianische No.1.....	137

## TRAINING&TECHNOLOGY

<b>Beyerdynamic Konferenzsystem:</b> Überzeugend einfach.....	138
--	-----

## RUBRIKEN

Editorial.....	3
Carrier News.....	7
People.....	30
Hotel News.....	72
Notizen aus Schweden.....	120
Mixed Pickles.....	139
Meeting Services.....	145
Impressum.....	147

### Destination Leipzig:

Leipzig lohnt

### Destination Leipzig:

Leipzig's worth it

# Page 35



**Carrier:** Die Luft wird dünn

**Carriers:** The air is getting thin

# Page 16



**Malta:** Mediterraner Schmelztiegel

**Malta:** Mediterranean melting pot

# Page 93





**Meeting Talk:**  
 Polizeieskorte zum  
 Gala-Dinner  
**Meeting Talk:**  
 Police escort to gala dinner

**Page 24**

### Titelbild

Schon lange bevor Laptops und iPhones Kongresse bereicherten, waren die Maltesischen Inseln Veranstaltungsorte. Bereits 1.000 Jahre vor dem Bau der ägyptischen Pyramiden wurde der Tempel „Ggantija“ als Ort für rituelle Zusammenkünfte genutzt. Und heute lebt die Mittelmeerinsel nicht zuletzt von Geschäftreisenden und vom Tourismus.



### Cover Photo

Long before laptops and iPhones were part of the meetings scene the Maltese Islands were already hosting events. Fully 1,000 years before the Egyptians built their pyramids, the Ggantija Temple was used for ritual gatherings. And today business travellers and tourism are an economic mainstay of the Mediterranean island.



TW is the official publication of the Association Internationale des Palais de Congrès (AIPC), the European Association of Event Centers (EAVC), member of the International Congress and Convention Association (ICCA) and of GCB German Convention Bureau.

## SPOTLIGHT

<b>Carriers:</b> the air is getting thin.....	20
<b>Meeting Talk:</b> Police escort to gala dinner.....	26

## GERMANY

<b>Destination Leipzig:</b> Leipzig' s worth it.....	35
<b>CWT Business Travel Barometer:</b> The human touch comes first.....	49
<b>Super Foods:</b> Something new again.....	54
<b>Gutshaus Stolpe:</b> More historic facilities for events.....	60
<b>Meetings business in Cologne:</b> Significant economic effects.....	64
<b>Business Travel Show, Düsseldorf:</b> Automation and internationalisation as topical issues .....	68
<b>Congress destination Stuttgart:</b> 6.000 urologists at ICS Stuttgart.....	71

## EUROPE

<b>Malta:</b> Mediterranean melting pspot.....	93
<b>Square Brussels:</b> Back with twice the capacity.....	112
<b>Disneyland Resort Paris:</b> On show with Mickey.....	115
<b>Artistic accommodation:</b> In bed with Old Masters.....	118
<b>Alpin Convention:</b> Incentives paired with social commitment.....	125

## INTERNATIONAL

<b>Atlantis, The Palm, Dubai:</b> New dimensions for events.....	129
<b>AIPC:</b> Reconciling „The Odd Couple“ .....	134
<b>TAM Airlines:</b> Brazil' s No. 1.....	137

## TRAINING&TECHNOLOGY

<b>Beyerdynamic conference system:</b> Simplicity itself.....	138
---	-----

## SECTIONS

<b>Editorial</b> .....	3
<b>Carrier News</b> .....	11
<b>People</b> .....	32
<b>Hotel News</b> .....	83
<b>Mixed Pickles</b> .....	141
<b>Meeting Services</b> .....	145
<b>Imprint</b> .....	147





## Meeting Talk

# „Polizeieskorte zum Gala Dinner“



**Peter Cauchi, Director der Alliance Group, über das internationale Sales-Meeting des Unternehmens Bosch, die Vorzüge von Malta und die inflationäre Anzahl von Destination Management Companies (DMCs).**

**TW:** *Wie viele Teilnehmer hatte das Bosch-Meeting in Malta und wie sah das Programm aus?*

**Cauchi:** Ende Januar reisten zu einem weltweiten Sales-Meeting von Bosch für knapp drei Tage rund 1.200 Teilnehmer an. Nach dem Check-in im Hotel fand die Willkommensparty unten am Hafen im ‚Warehouse‘ statt, das zum ersten Mal für ein Business-Event genutzt wurde. Am nächsten Tag fand das Sales-Meeting im großen Konferenzsaal des Hilton-Ho-

tels statt. Danach ging es für Team-Building-Aktivitäten mit unternehmenstypischen Produkten zurück ins Lagerhaus am ‚Grand Harbour‘, dem größten Naturhafen des Mittelmeers. Die Teilnehmer übernachteten in fünf verschiedenen Hotels. Um während der Rushhour rechtzeitig die Hotels und danach das Mediterranean Conference Center zu erreichen, wo das Gala Dinner in traditionellen maltesischen Kostümen stattfand, haben wir eine Polizeieskorte genutzt. Dieses

Detail wurde von vielen Teilnehmern nachher als ein Highlight des Meetings beschrieben.

**TW:** *Wie war das Feed-Back insgesamt nach dem Event?*

**Cauchi:** Im März, also knapp zwei Monate später, hatten wir von Bosch wieder 180 Personen aus Russland auf Malta. Das war eine Gruppe, die aus deren besten Verkäufern und Vertriebsleuten bestand. Das Feedback von Unternehmensseite war also auch insgesamt sehr gut.

## „Kanaren nicht so gut wie Malta“

**TW:** *Wie sah die Vorgesichte des Meetings aus?*

**Cauchi:** Wir hatten Kontakt zu einer deutschen Agentur, die wusste, dass Bosch ein

Kick-off Meeting plant, um die Unternehmensziele für nächstes Jahr zu kommunizieren. Zuerst war eine andere Destination favorisiert, aber die infrastrukturellen Voraussetzungen waren auf den Kanaren nicht so gut wie auf Malta. Und nach zwei Pre-Tours hat sich Bosch dann, auch aufgrund des guten Preis-Leistungsverhältnisses der Hotellerie, für Malta entschieden.

**TW:** *Was ist das Kerngeschäft der Alliance Group?*

**Cauchi:** Konferenzen und Incentives. Ende September haben wir hier zum Beispiel auch eine Gruppe des Finanzdienstleisters Tecis mit 125 Personen betreut.

**TW:** *Warum sollten Corporate- oder Association-Planer Malta buchen?*

**Cauchi:** Malta verfügt über





Gala Dinner im Mediterranean Conference Center.

eine sehr gutes Preis-Leistungsverhältnis, eine exzellente Hotellerie, wirklich kurze Wege aufgrund der Größe der Insel und F&B ist immer noch sehr günstig. Außerdem haben wir eine Reihe von sehr guten Destination Management Companies (DMCs).

**TW:** Wie findet Unternehmen oder Verbände die? In Malta ist praktisch jede Agentur ein DMC. Das ist, vorsichtig formuliert, im weltweiten Vergleich ziemlich ungewöhnlich.

**Cauchi:** Man sollte sich bei Unternehmen umhören, die schon mal eine Konferenz oder ein Event in Malta von einem DMC haben organisieren lassen. Das ist normalerweise die verlässlichste Informationsquelle. Die Alliance Group ist beispielsweise auf Länder wie England, Deutschland, die Schweiz,

Österreich und die USA spezialisiert. In Unterschied dazu gibt es andere DMCs, die sehr viel Erfahrung mit Kunden aus Ländern wie Italien und Spanien haben.

**TW:** Die Malta Tourism Authority (MTA) hat kürzlich einen Entwurf für ein Qualitätssiegel für DMCs vorgestellt. Dieses Siegel sollen nur Agenturen erhalten, die über viel professionelle Erfahrung verfügen, Kundenzufriedenheit dokumentieren und beispielsweise den entsprechenden Versicherungsschutz für Konferenzen und Incentives belegen können. Wird das auf die inflationäre Anzahl von DMCs Einfluss haben?

**Cauchi:** Mal sehen. Die Teilnahme ist freiwillig.

**TW:** Machen die Alliance Group mit?

**Cauchi:** Ja, sicher.

Interview: Dirk Mewis

## MALLORCA CONVENTION BUREAU



...much more  
than business



M A L L O R C A  
C O N V E N T I O N  
B U R E A U

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



## Meeting Talk

# “Police escort to gala dinner”

**Peter Cauchi, Director of the Alliance Group, on the company Bosch's international sales meeting, the merits of Malta and the inflationary number of destination management companies (DMCs).**

**TW:** *How many participants were there at the Bosch-Meeting in Malta and what was on the programme?*

**Cauchi:** At the end of January around 1,200 participants travelled to a worldwide Bosch sales meeting for not quite three days. After checking in at the hotel, the welcome party was staged down at the harbour in the Warehouse, which was hosting a business event for the first time. Next day the sales meeting took place in the Hilton Hotel's big conference hall. After that it was back to the Warehouse at the Grand Harbour, the biggest natural harbour in the Mediterranean, for teambuilding activities with products typical of the company. The participants were lodged in five different hotels. To get to the hotels in good time during the rush

## “The Canaries not as good as Malta”

hour and afterwards to the Mediterranean Conference Centre, where the gala dinner was held in traditional Maltese costumes, we used a police escort. In retrospect many participants described this detail as the meeting highlight.

**TW:** *How was the feedback in general after the event?*

**Cauchi:** In March, not quite two months later, we had an-

other 180 people from Bosch in Malta, this time from Russia. That was a group consisting of the best sales and market personnel. So in general the feedback from the company was very good.

**TW:** *How did the meeting come about?*

**Cauchi:** We were in touch with a German agency that knew Bosch was planning a kick-off meeting to communicate the corporate targets for the coming year. To begin with, another destination was the favourite, but the infrastructural conditions in the Canaries were not as good as in Malta. And after two pre-tours Bosch opted for Malta, partly due to the good value for money delivered by the hotels.

**TW:** *What is the Alliance Group's core business?*

**Cauchi:** Conferences and incentives. At the end of September, for example, we also took care of a group from the financial services supplier Tecis with 125 people.

**TW:** *What reasons do corporate and association planners have to book Malta?*

**Cauchi:** Malta features very good value for money, excellent hotels, really short distances given the size of the island, and F&B is still very reasonably priced. What's more, we have a string of very good destination management companies (DMCs).

**TW:** *How do companies or as-*



“Teambuilding activities with products typical of the company.”

*sociations find them? In Malta practically every agency is a DMC. That is, to put it mildly, a fairly unusual state of affairs by international standards.*

**Cauchi:** It's best to talk to companies that have already had a conference or event in Malta organised by a DMC. That's normally the most reliable source of information. The Alliance Group, for example, specialises in countries like England, Germany, Switzerland, Austria and the USA. There are other DMCs with lots of experience of clients from countries such as Italy and Spain.

**TW:** *The Malta Tourism Authority (MTA) recently presented a draft for a seal of quality for DMCs. This would only be issued to agencies that possess extensive professional experience, produce evidence of customer satisfaction and can, for instance, offer proof of appropriate insurance cover for conferences and incentives. Will this affect the inflationary number of DMCs?*

**Cauchi:** Time will tell. Participation is voluntary. Will the Alliance Group be on board?

**Cauchi:** Certainly.

*Interview: Dirk Mewis*