

Leitlinie für die Organisation von Veranstaltungen im Rahmen des Berlin Meeting Campus

1. Ziele der Leitlinie

Kongresse und Fachveranstaltungen haben für Berlin eine wichtige wirtschaftliche Bedeutung. Dezentrale Kongresszentren helfen dabei, das Angebotsportfolio der Stadt für Veranstaltungen mit großen Teilnehmerszahlen (insbesondere ab 1.000 Teilnehmenden) zu erweitern, flexible Lösungen anzubieten und eine optimale Auslastung bereits bestehender Orte und der Kongressdestination Berlin zu fördern. Als Teil eines dezentralen Kongresszentrums wird die Sichtbarkeit der einzelnen Veranstaltungsorte erhöht, indem sich neue, innovative Vermarktungsmöglichkeiten für sie ergeben.

Als dezentrales Kongresszentrum wird hierbei die Zusammenfassung nahegelegener, bereits bestehender Veranstaltungsorte (Locations sowie Tagungs- und Kongresshotels) verstanden, die für die Dauer einer konkreten Veranstaltung eine Einheit bilden und als in sich geschlossener Veranstaltungsort fungieren. Die einzelnen Programmpunkte sind dabei über mehrere Locations/Hotels verteilt, so dass die Teilnehmenden zwischen den einzelnen Orten wechseln (können), um am Programm teilzunehmen. Die genaue Verteilung der einzelnen Programmpunkte auf die jeweiligen Orte des dezentralen Kongresszentrums wird maßgeblich von den Kund:innen definiert, mit Unterstützung der Ansprechpartner:innen des jeweiligen Dezentralen Kongresszentrums.

Um flexibel auf Kund:innenbedürfnisse zu reagieren und Veranstaltungen für die deutsche Hauptstadt zu gewinnen, haben das Berlin Convention Office der Berlin Tourismus & Kongress GmbH (*visitBerlin*) sowie Mitglieder des *visitBerlin* Partnerhotels e.V. und des Berlin Event Network e.V. die vorliegenden Leitlinien für Veranstaltungen im Rahmen eines dezentralen Kongresszentrums erarbeitet. Als Name für die Bewerbung des dezentralen Veranstaltungsformats wurde „Berlin Meeting Campus“ ausgewählt. Das Projekt wurde von der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe unterstützt und gefördert, und soll zukünftig weiter ausgebaut werden.

Die Zusammenarbeit der beteiligten Partner:innen im Rahmen von dezentralen Kongresszentren dient dazu,

- den Kund:innen innovative und flexible Lösungen anzubieten,
- bedarfsgerechte Antworten auf die Anforderungen von Kund:innen zu geben,

- die Attraktivität Berlins als leistungsstarke Kongressdestination zu erhalten,
- das Netzwerk der Kongressbranche in Berlin weiter auszubauen,
- die Sichtbarkeit der Veranstaltungsorte zu erhöhen,
- das Serviceangebot für Veranstaltungen in Berlin weiterzuentwickeln und
- langfristig die Wertschöpfung für den Veranstaltungsort Berlin sicherzustellen.

2. Die Angebote der Leitlinien für Veranstalter

Die an diesen Leitlinien beteiligten Partner:innen (Beitretende) des *visitBerlin* Partnerhotels e.V. und des Berlin Event Network e.V. haben sich auf gemeinsame Qualitätsstandards verständigt, um den Kund:innen übergreifend Transparenz und Sicherheit bei der Planung und Durchführung ihres Events anzubieten.

Die im Anhang aufgeführten Standards ersetzen nicht den individuell zwischen den Kund:innen und dem Hotel- bzw. der Location zu schließenden Vertrag. Rechte und Pflichten ergeben sich ausschließlich aus dem Vertrag zwischen den Kund:innen und den Partner:innen. Eine Haftung des *visitBerlin* Partnerhotels e.V. und des Berlin Event Network e.V. ist ausgeschlossen.

3. Anfragenprozedere und –abwicklung

Die Mitglieder des jeweiligen Berlin Meeting Campus werden im „Meeting Guide Berlin“ (www.meetingguide.berlin) als Einheit dargestellt und beworben. Veranstaltende werden auf diesem Weg auf die Möglichkeiten aufmerksam gemacht, die im Rahmen des Berlin Meeting Campus bestehen, d.h. es werden Lage, Anbindung, Kapazitäten, Besonderheiten der einzelnen Locations, usw. übersichtlich dargestellt und erläutert.

Sollten die Veranstaltenden Interesse an weiteren Informationen haben oder eine konkrete Veranstaltungsanfrage stellen wollen, wenden sie sich unter den im Meeting Guide Berlin angegebenen Kontaktdaten per Email oder telefonisch an das *visitBerlin* Berlin Convention Office. Dort wird die Anfrage aufgenommen und an den zutreffenden, oder mehrere in Frage kommende, Berlin Meeting Campus weitergeleitet. Dafür wird innerhalb des Berlin Meeting Campus ein:e Empfänger:in für Anfragen solcher Art definiert. Dies kann eine zentrale Ansprechperson sein, oder eine zentrale Email-Adresse, auf die alle Beteiligten Zugriff haben, o.ä.. Die Beteiligten stimmen sich dazu bilateral ab und teilen dem *visitBerlin* Berlin Convention Office den für sie praktikablen Weg mit, der für die interne Kommunikation genutzt werden soll.

Die Beteiligten stimmen sich nach Erhalt der Anfrage ebenfalls bilateral zu den Verfügbarkeiten, zur Umsetzbarkeit in ihren Locations, zu den Rahmenbedingungen, etc. ab und treten dann für alles Weitere in direkten Kontakt mit den Kund:innen. Das *visitBerlin* Berlin Convention Office wird im weiteren Verlauf unaufgefordert über den Ausgang der Anfrage (Zusage, Absage, pending) informiert und steht den Kund:innen auf Wunsch mit seinen Serviceleistungen parallel weiter zur Verfügung.

4. Qualitätsverpflichtungen

Die Partner:innen verpflichten sich,

- im Sinne der Kund:innen vertrauensvoll und zuverlässig zusammenzuarbeiten.
- die Räumlichkeiten und Gegebenheiten der unmittelbaren anderen Partner:innen zu kennen und sich gegenseitig auf dem Laufenden zu halten, sofern sich Änderungen, Neuerungen, Erweiterungsbauten, Wechsel bei den beteiligten Ansprechpartner:innen, o.ä. ergeben.
- eine Übersetzung ihres Vertrags auf Englisch für alle nicht-deutschsprachigen Vertragsparteien zur Verfügung zu stellen.
- den Teilnehmenden den bestmöglichen Empfang zu bereiten und sicherzustellen, dass die Teilnehmenden alle Infrastruktur voll ausnutzen können, die ihnen zur Verfügung steht, zu den bestmöglichen Bedingungen.
- im Rahmen einer entsprechenden Zertifizierung, eigener Richtlinien und Ähnlichem nachhaltig zu agieren.
- schriftliche Information über jegliche Renovierungsarbeiten zwischen der Unterzeichnung des Vertrags und der jeweiligen Veranstaltung bereitzustellen, vor allem über solche, die zu deutlicher Belästigung der Gäste führen könnten.
- im Falle eines Übergangs des Eigentums oder der Marke ab 12 Monaten vor Veranstaltungsbeginn alle vertraglichen Verpflichtungen an die neuen Eigentümer:innen mit einer positiven Prognose und Empfehlung zu übergeben, so dass die Bedingungen des Vertrags so weit wie möglich eingehalten werden können.