

## Online-Erfolg für virtuelle greenmeetings und events Konferenz

Mehr als 200 registrierte Teilnehmer verzeichnete die virtuelle Ausgabe der greenmeetings und events Konferenz am 15. März 2011: Durch Video-Aufzeichnungen, Präsentationen, Live-Chats mit den Experten sowie weitere interaktive Anwendungen war die Fachkonferenz zur Organisation nachhaltiger Veranstaltungen zwei Wochen nach dem eigentlichen Kongress auch vom Computer aus erlebbar. Die hohe Teilnehmerzahl sowie die durchschnittliche Verweildauer von mehr als zwei Stunden zeugt dabei von dem großen Interesse der Besucher für das Thema. Insgesamt haben der physische Kongress und seine virtuelle Verlängerung nun mehr als 600 Menschen erreicht.

Wer sich über die Veranstaltung informieren will, der kann dies immer noch kostenlos und ohne Anmeldung tun:

<http://greenmeetings.meta-fusion.com>. Hier finden sich ausgewählte Vorträge als komfortabler Webcast

mit Rednervideos und synchronisierten Präsentationen. Eine umfassende Suchfunktion hilft dabei, die thematisch weit gefassten Ergebnisse zu filtern und Beiträge und Folien zu einzelnen Themenbereichen zu finden. So können Konferenzteilnehmer Gehörtes vertiefen, neue Interessenten sich ohne Termindruck in die Themen einarbeiten. Bis Ende März haben bereits 645 Menschen aus sieben Ländern dieses Angebot genutzt. Jeder dieser Besucher hat im Schnitt zwischen drei und vier Videos angeschaut.

Virtuelle Konferenz und Online-Dokumentation wurden ermöglicht durch eine Kooperation der Veranstalter mit der ubivent GmbH ([www.ubivent.com](http://www.ubivent.com)) und der meta-fusion GmbH ([www.meta-fusion.com](http://www.meta-fusion.com)).

## Die Kultur eines Unternehmens: Man kann sie auch schmecken!

Corporate Identity Food<sup>®</sup> (CIF) kreiert der deutsche Spitzenkoch Peter Scharff. Ziel dieses Ansatzes ist es, durch individuelle Event- und Cateringkonzepte die gesamte Unternehmenskultur abzubilden. Neben den auffallenden, optischen Attributen einer Firma wie Farben, Schriftzügen oder Logos, können bei diesem Konzept auch die Werte sowie die Philosophie der Firma geschmacklich transportiert werden. Auf diese Weise wird die Marke durch ein Konzept des „guten Geschmacks“ nachhaltig emotional erlebbar. Für die Premium-Marke LOEWE, Hersteller von hochwertigen TV- und Soundgeräten, hat Peter Scharff mit dieser Methode bereits zahlreiche Kunden- und Messeevents ausgerichtet.

Scharff hat bereits für hochkarätige Veranstaltungen gekocht, zum Beispiel auf der Bambi-Verleihung, der Berlinale, der Verleihung der Goldenen Kamera sowie der FIFA WM Gala. Scharff hat das Koch- und Konditorhandwerk von der Pike auf gelernt. Er arbeitete zuvor bei den besten Köchen Deutschlands, unter anderem bei Harald Wohlfahrt in der „Traube Tonbach“ in Baiersbrunn und Dieter Müller im „Schlosshotel Lerbach“ in Bergisch-Gladbach und wurde mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet.

[www.peter-scharff.de](http://www.peter-scharff.de)

