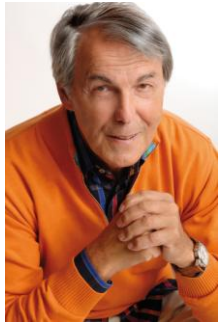


Liebe Vereinsmitglieder



Vom Spaßmacher zum Veranstaltungsplaner - vom ad hoc Entscheider zum kompetenten, qualifizierten und akzeptierten Eventspezialisten.

Die steigenden Anforderungen und fast täglichen Neuerungen an das Aufgabengebiet des Veranstaltungsplaners fordern ein Handeln. Ihre Fachkompetenz für die Organisation von Veranstaltungen wird zwischenzeitlich auch von anderen Abteilungen in Anspruch genommen. Dem können Sie nur durch Fachkompetenz, aktuelles Wissen und Erfahrung entgegentreten. Das heißt aber für Sie: Tun Sie etwas für Ihr Wissen. Nutzen Sie unser umfangreiches Angebot an Fort- und Weiterbildungsseminaren und Workshops, denn Wissen ist Macht.

Auf ein erfolgreiches 2012


Ihr Gerhard Bleile
Vorstandsvorsitzender

Wir packen unseren Koffer...

Das neue Jahr hat kaum begonnen, da kam auch schon die erste Hiobsbotschaft: Die MICE AG stellt Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens ([Link zur Pressemitteilung](#)). Der Insolvenzverwalter gibt sich nach ersten Gesprächen mit Vorstand und Mitarbeitern optimistisch: „Die MICE AG wird ihre Geschäftstätigkeit fortführen.“ Ziel sei es, das Unternehmen zu sanieren und den Geschäftsbetrieb langfristig zu sichern, so der Rechtsanwalt weiter.

Dennoch herrscht hier eine unheimliche Stille auf den leeren Gängen. Die sonst so freundlichen Gespräche auf den Fluren oder in der Lounge, haben sich in beklemmendes Schweigen verwandelt. Ungewissheit zehrt an den Nerven der Mitarbeiter der MICE AG. Glücklicherweise sind nur die, die bereits einen neuen Job finden konnten.

Uns erreichten auch schon einige Anfragen inwiefern dies nun Auswirkung auf den VERANSTALTUNGSPLANER.DE hat. Wir können Sie beruhigen: Die Vereinigung wird nach wie vor weiter bestehen bleiben. Lediglich unsere Büroanschrift wird sich in naher Zukunft ändern. Erste Gespräche mit potentiellen neuen Vermietern gab es bereits.

Wir hoffen auf Ihr Verständnis, wenn es in den nächsten Tagen zu kleinen Verzögerungen in der Bearbeitung der E-Mails kommen kann – dann sind wir gerade mit dem Umzugswagen auf dem Weg ins neue Büro. Wir halten Sie auf dem Laufenden!


Ihre Mandy Hännchen/ Leiterin der Geschäftsstelle

Inhalt

- ✓ Wir packen unsere Koffer
- ✓ Neue Fachmesse MEETINGPLACE
- ✓ ITB MICE DAY
- ✓ Anzahl der Meetings steigt 2012
- ✓ Tipps für Briefing und Pitch
- ✓ M.E.C.S.
- ✓ Certified Hotel Tipp
- ✓ Mexcon 2012



Unsere Sponsoren





Neue Fachmesse für Seminare, Tagungen, Kongresse und Events

Seminar- und Tagungsorganisatoren finden auf der neuen zweitägigen Fachmesse mit integriertem Workshop- und Vortragsprogramm ab September 2012 zweimal jährlich Ideen, Anregungen, Know-how und Trends rund um die Veranstaltung von Seminaren, Tagungen, Kongressen und Events. Veranstalter der MEETINGPLACE Germany ist die neu gegründete MEETINGPLACE Germany GmbH.

Mit Kurt Schüller, dem ehemaligen Geschäftsführer und Gründer der stb Seminar- & Tagungsbörse, und Alexander R. Petsch, Geschäftsführer der spring Messe-Gruppe, haben sich zwei „alte Hasen“ im Veranstaltungsgeschäft zusammengetan. Während Schüller in der Branche als hochkompetenter Kopf geschätzt wird, steht Petsch für Verlässlichkeit und Professionalität in der Organisation von Fachmessen. Beide verfügen über hervorragende Kontakte zu Organisationen und Verbänden sowie zu Speakern und Referenten, die die Zielgruppe der Seminar- und Tagungsveranstalter begeistert. Für die Organisation und Durchführung der neuen Fachmesse MEETINGPLACE Germany, die ab September 2012 zweimal jährlich stattfinden wird, haben Petsch und Schüller Anfang Februar die MEETINGPLACE Germany GmbH gegründet.

Die beiden Geschäftsführer reagieren damit auf die vorläufige Insolvenz der MICE AG, der Veranstalterin der stb Seminar- und Tagungsbörsen. „Die Unsicherheit im Markt ist schlecht für die Veranstaltungsbranche“, so Alexander R. Petsch. „Auf Seiten vieler treuer Aussteller und Besucher gibt es eine große Zustimmung für eine Fortsetzung von Fachmessen für Seminar- und Tagungsorganisatoren“, beschreibt Markus Schmidt, Geschäftsführer der intergerma Marketing GmbH & Co. KG, die Marktsituation. Gleichzeitig bestehe der Wunsch nach einem neuen überzeugenden Konzept und den qualitätsorientierten Ausbau der Aussteller- und Besucherfrequenz. „Als strategischer Partner des neuen Formats möchten wir unseren Beitrag dazu leisten und freuen uns auf die Zusammenarbeit mit der MEETINGPLACE Germany GmbH“, so Schmidt.

„Gemeinsam mit strategischen Partnern wie intergerma und der German Speakers Association GSA werden wir interessierte Fachbesucher ansprechen und erfolgreiche Veranstaltungen erleben“, zeigt sich Alexander Petsch zuversichtlich.

„Durch unsere Datenbanken sind uns rund 60.000 Seminarverantwortliche und Veranstaltungsplaner namentlich bekannt.“ Die Veranstalter rechnen auch mit einer breiten Unterstützung durch Branchenverbände und die Fachpresse.

Die Fachmesse MEETINGPLACE Germany bildet mit ihrem integriertem Workshop- und Vortragsprogramm eine Plattform zur Vermittlung von Ideen, Anregungen, Know-how und Trends rund um die Veranstaltung von Seminaren, Tagungen, Kongressen und Events. „Unsere Veranstaltungen sind Marktplätze, auf denen Veranstaltungsorganisatoren die Anregungen für gelungene Veranstaltungen finden“, beschreibt Kurt Schüller den Anspruch der neuen Fachmesse. „Unsere Besucher werden von der MEETINGPLACE Germany Ideen und Kontakte mitnehmen, um ihre Veranstaltungen mit neuen Ideen oder neuen Locations aufzuwerten.“ Die Fachmesse für Seminar- und Tagungsorganisatoren wird zweimal im Jahr stattfinden. Als festen Standort für den Herbst haben die Veranstalter Wiesbaden gewählt. Im Frühjahr kommt die Messe jeweils im jährlichen Wechsel nach München und nach Hamburg. Die Kongresszentren an den Veranstaltungsorten haben bereits ihre volle Unterstützung zugesagt.

„Jede Veranstaltung wird zudem inhaltliche Schwerpunkte haben“, erklärt Kurt Schüller. „In Wiesbaden haben wir speziell Firmenfeiern und Events im Focus, in München internationale Incentives und Events, und in Hamburg beleuchten wir alle Facetten von Großveranstaltungen, Kongressen und Messen.“ Allen Veranstaltungen gemeinsam ist eine Abendveranstaltung für Besucher und Aussteller am ersten Veranstaltungstag. In entspannter Atmosphäre können Fachbesucher und Aussteller die Gespräche des Tages aufgreifen und ihre Netzwerke pflegen.

Kontakt:

Kurt Schüller, 0671-483117-10, ks@btme.de

Alexander R. Petsch, 0621-70019-25 a.petsch@messe.org

Unsere Sponsoren





Anzahl der Meetings wird 2012 steigen

Die weltweite Nachfrage nach Meetings wird in diesem Jahr voraussichtlich steigen. Zu diesem Resultat kommt der erste American Express Meetings & Events Forecast 2012, bei dem Meeting-Spezialisten weltweit, darunter Planer, Einkäufer und Hotelanbieter, befragt wurden. 51 Prozent der Europäer, 42 Prozent der Nordamerikaner, 50 Prozent der Lateinamerikaner sowie 57 Prozent der Asiaten geben an, dass sie bei ihren Kunden eine steigende Aktivität im Bereich von Meetings und Events beobachten.

20 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass Unternehmen ihr Gesamtbudget für Meetings im kommenden Jahr erhöhen werden, 60 Prozent erwarten, dass das Budget gleich bleibt, 7 Prozent erwarten weniger Budget. Die Ausgaben pro Meeting werden nach Meinung der Befragten sinken oder gleich bleiben, 33 Prozent gehen von geringeren Kosten pro Meeting aus, nur 7 Prozent rechnen mit höheren Kosten. Das spiegelt den Anspruch wieder, mehr Meetings mit weniger Teilnehmern zu planen.

Positive Entwicklung in Europa

Der Markt für Meetings in Europa muss sich aufgrund der unsicheren wirtschaftlichen Lage Herausforderungen hinsichtlich des Wachstums stellen. Dennoch wird derzeit erwartet, dass sich Meetings positiv entwickeln werden. Das spiegelt den globalen Trend wider.

- 75 Prozent erwarten eine steigende oder gleichbleibende Anzahl abgehaltener Veranstaltungen.
- 26 Prozent werden die Anzahl der Teilnehmer senken, während 53 Prozent von etwa gleichbleibenden Teilnehmerzahlen ausgehen.
- 62 Prozent werden Veranstaltungsorte in Haupt- oder bedeutenden Großstädten buchen.
- 43 Prozent erwarten eine kürzere Vorlaufzeit für die Planung von Meetings, 11 Prozent einen Anstieg.

Weltweite Trends für Meetings:

- Kürzer und kleiner: Die Teilnehmerzahl pro Meeting wird nach Ansicht von 40 Prozent der Hotelanbieter leicht sinken, genauso wie die Dauer (33 Prozent).
- Kürzere Wege: Die Anbieter geben an, dass Meeting-Planer Veranstaltungen in der Nähe des Unternehmens abhalten wollen: Insgesamt 53 Prozent ihrer Kunden verlangen mehr Meetings vor Ort. Damit will man die Kosten einzelner Meetings geringer halten.
- Mehr auf der Agenda: Hoteliers stellen einen Trend zu mehr Inhalten fest: Sie erwarten, dass bei mehr Incentive-Veranstaltungen auch geschäftsrelevante Inhalte auf der Tagesordnung stehen werden. 47 Prozent der Kunden wollen Meetings und Incentives kombinieren.
- Nachhaltigkeit: Hotelanbieter stellen fest, dass 47 Prozent der Kunden Anforderungen an die Nachhaltigkeit einer Veranstaltung stellen. Meeting-Planer bestätigen diesen Trend – 73 Prozent ihrer Kunden geben an, dass das Interesse an grünen Events steigt. Für Entscheidungen über Räumlichkeiten ist das aber noch nicht entscheidend.
- Auswahl des Veranstaltungsortes: Luxus-Tagungsorte oder Urlaubsorte werden weniger gebucht. Eine Ausnahme bilden Meetings im Raum Asien-Pazifik und in Lateinamerika. Anbietern zufolge sehen dort 40 Prozent eine steigende Nachfrage für solche Angebote.

Die ausführliche Zusammenfassung gibt es hier

www.veranstaltungsplaner.de/news/153-anzahl-der-meetings-wird-2012-steigen

zum Nachlesen.

Unsere Sponsoren



MARITIM HOTELS

M.E.C.S. Maritim Event und Catering Service

Die Maritim Hotels sind seit über 40 Jahren auf das Ausrichten von Veranstaltungen jeder Art und Größe spezialisiert. Dieses Knowhow bietet Maritim an allen 32 Standorten in Deutschland auch für Anlässe außerhalb der Hotels. Egal, ob eine Unternehmenstagung mit Speisen in den Firmenfarben, eine Party unter freiem Himmel oder im eigenen Haus geplant ist: Frei nach dem Motto „Alles aus einer Hand“ übernehmen die Service-Teams von Maritim je nach Wunsch die Durchführung von A bis Z. Von der Suche nach geeigneten Locations, über die Planung und Verwirklichung bis hin zum Dekorieren, Kochen und Servieren. Mit viel Liebe zum Detail und innovativen Vorschlägen werden Ihre Produktpräsentationen kulinarisch eingerahmt, wird aus Ihrem Unternehmenslogo eine Eisskulptur oder aus einer Weinverkostung ein unvergessliches Event. Unsere M.E.C.S. Spezialisten beraten Sie gern!

Mehr Informationen über M.E.C.S. erhalten Sie unter www.maritim.de/de/tagung

LOCATION Messe

Regionale Messe für Veranstaltungsplaner

Zum vierten Mal wird am 29. Februar 2012 die Messe "Locations Rhein-Neckar" im m:con Congress Center Rosengarten Mannheim stattfinden.

Veranstaltungsorte und Eventdienstleister aus der Metropolregion Rhein-Neckar informieren über ihr Angebot. Im Blickpunkt stehen laut Veranstalter vor allem solche Veranstaltungsorte, die noch nicht jeder kennt.

Neben einem größeren Ausstellerangebot verspricht Veranstalter Michael Sinn in diesem Jahr inhaltliche Neuerungen. So will das „Innovationsforum“ einen Blick in die Zukunft der Eventgestaltung und Veranstaltungsorganisation vermitteln.

Ein digitaler Veranstaltungsführer bietet neue Interaktions- und Kommunikationsformen vor, während und nach der Veranstaltung. Der mobile Kongressguide führt die Besucher durch die "Locations Rhein-Neckar".

Mehr Informationen unter: www.locations-messe.de

DOMSET

Strategische Kreativität zunehmend gefragt

Mit frischen Konzepten und vielen Neukunden startet DOMSET Live-Kommunikation in das Event-Jahr 2012. Zu den neuen Projekten der Kölner gehören unter anderem die Veranstaltung „Lyreco live!“ des französischen Büroartikelanbieters Lyreco sowie der internationale „Hightemp-Kongress 2012“ für die Netzsch-Gerätebau GmbH.

„Die frühen Buchungen und längerfristig angelegten Aufträge sind ein gutes Signal für unsere Branche“, sagt Dominik Deubner, Geschäftsführer von DOMSET. So hat sich beispielsweise auch Lyreco für eine zweijährige Zusammenarbeit mit DOMSET entschieden. „Die Unternehmen glauben an das Format Live-Kommunikation. Gefragt sind vor allem strategische Konzepte, die Maßnahmen in den Bereichen Personal oder Marketing nachhaltig unterstützen und ergänzen“, so Deubner.

Mehr Informationen unter: www.domset.de



LOCATIONS!



Unsere Sponsoren



Save the Date

23.03. -25.03. FAM – Trip Dorint Charlottenhof, Halle

Während dieser spannenden Entdeckungsreise werden Sie viele historische, kulturträchtige und auch moderne Eventlocations kennenlernen, damit Sie die ein oder andere neue Anregung für die nächste Veranstaltung mitnehmen.

20.04. – 22.04. FAM – Trip Aachen

Aachen – Stadt des Wassers und der Pferde, bekannt durch Karl den Großen, berühmt für ihre Printen. Durch ihre Lage im Herzen Europas ist sie ein Wirtschaftszentrum mit stetig wachsender Bedeutung. Auf Einladung der Kongress-Initiative Aachen können Interessierte vom 20. bis zum 22. April 2012 die Kongress- und Tagungsstadt Aachen im Dreiländereck Deutschland/Belgien/Niederlande kennenlernen.

27.04. – 29.04. FAM – Trip nestor Hotel, Ludwigsburg

Haben Sie schon einmal in einer Garnisonsbäckerei getagt? Erleben Sie modernes Design verbunden mit rotem Backstein aus dem 19. Jahrhundert. Unsere 10 vollklimatisierten Tagungs- und Banketträume, modernste Technik und eine perfekte Tagungsbetreuung vom Erstkontakt bis zum Nachgespräch, lassen keine Wünsche offen. Denn unser Motto lautet: „Persönlichkeit ist unsere Stärke!“

Alle Programmhilights finden Sie auf unserer Webseite. Ausführliche Informationen zu den FAM Trips finden Sie unter: www.veranstaltungsplaner.de/famtrips

P.S.: Schon notiert? Unsere diesjährige Mitgliederversammlung findet am 19.06.2012 in Berlin statt.

Weiterbildungstipp:

ITB MICE DAY

Event Manager dürfen alles, nur nicht langweilen. Da die Ansprüche der Kunden und Gäste stetig steigen, sind immer neue Ideen gefragt. Genau die erhalten Veranstaltungsplaner am MICE Day auf der ITB Berlin am 7. März 2012. Die Keynote stimmt auf den spannenden Tag ein, wenn Stephan Meyer, der "Großmeister der Unvernunft", eine fröhliche "Anleitung zum Unvernünftigsein" gibt.

Wer mit Meinungsmachern, Top-Veranstaltungsplanern und Leistungsanbietern der Branche ins Gespräch kommen will, wer den Kontakt unter Kollegen ausbauen möchte, der findet nirgendwo ein größeres Angebot unter einem Dach. Als Teil der ITB Business Travel Days bietet die ganztägige Veranstaltung MICE-Planern ein kompaktes Weiterbildungsangebot mit konkreten Handlungsoptionen, einen "Leitfaden für eine erfolgreiche Veranstaltung". Ausführliche Informationen finden Sie unter: www.veranstaltungsplaner.de/leistungen/itbmiceday

Die Teilnahme am ITB MICE DAY ist für die Mitglieder des VERANSTALTUNGSPLANER.DE kostenfrei. Ihr Ticket können Sie unter diesem Link <http://www.veranstaltungsplaner.de/leistungen/itbmiceday> bestellen.

Unsere Sponsoren



MEETing KNOW - HOW

Agentur und Kunde: ein perfektes Zusammenspiel? – Nur bei Kommunikation auf Augenhöhe Vertrauen, Ehrlichkeit, Wertschätzung und Offenheit:

Diese als Selbstverständlichkeit vorausgesetzten Werte sind Grundlage jeder gut funktionierenden Beziehung. Je genauer ich meine Vorstellungen, Pläne und Ziele kommuniziere, desto deutlicher vermittele ich meinem Partner meine Erwartungen und Sehnsüchte. Nur wenn Kunde und Agentur untereinander als Partner agieren (und nicht etwa als Gegner), kommen gute Ergebnisse heraus!

Bei der Suche nach einer geeigneten Agentur ist der Pool an Anbietern groß: Welche Agentur zu meinem Unternehmen passt, hängt unmittelbar vom eigenen Anspruch, dem Wertekanon, dem Geschmack und nicht zuletzt vom Budget ab – entscheidend ist eine Partnerschaft auf Augenhöhe zu für beide Seiten fairen Bedingungen.

In Zeiten von knappen Budgets bei gleichzeitig steigenden Anforderungen empfiehlt es sich, ein durchdachtes Briefing vorzubereiten, in dem die angestrebten Ziele, die anzusprechende Zielgruppe sowie die wichtigsten Eckdaten ausführlich zusammengestellt werden: Je professioneller und zielgerichteter das Briefing, desto professioneller wird auch das Konzept des Agenturpartners aussehen.

Doch wie bereite ich mich als Kunde auf eine Anfrage vor? Wie sollte ein Briefing im besten Falle aussehen? Und wie gestaltet sich ein faires Auswahlverfahren? Um für die nächsten Anfragen gut vorbereitet zu sein, hier ein paar Tipps:

Vorbereitung für das Briefing:

1. Formulieren Sie detailliert Ihre Anforderungen an die Veranstaltung und das zu erzielende Ergebnis!
2. Wer ist Ihre Zielgruppe und wie viele Personen erwarten Sie am Veranstaltungstag?
3. Wie hoch ist Ihr zur Verfügung stehendes Budget?
4. In welchem Zeitrahmen soll die Veranstaltung stattfinden oder gibt es womöglich schon einen festen Termin?

5. Wo soll Ihre Veranstaltung stattfinden? Hier müssen keine konkreten Angaben gemacht werden. Aber es ist wichtig zu kommunizieren, ob Sie einer weiteren Anreise gegenüber offen sind.

6. Geben Sie umfassende Informationen zu Ihrem Unternehmen, z.B.: Welchen Markt bedienen Sie, welches Produkt gilt es zu promoten oder wie ist es um Ihre interne Mitarbeiterstimmung bestellt. Umso genauer die Angaben sind, desto individueller kann die beratende Agentur auf Ihr Unternehmen eingehen.

Anforderungen an den Pitch:

1. Schaffen Sie faire Bedingungen für die Teilnehmer und begrenzen Sie den Bewerberkreis auf maximal drei ausgewählte Agenturen. Denn: Bedenken Sie, dass ein umfangreiches Auswahlverfahren auch interne Ressourcen bindet! Prüfen Sie, ob ein Workshop unter Umständen die effektivere oder zielführendere Alternative ist!
2. Bieten Sie jeder Agentur die gleiche Informationsfülle und denselben, angemessenen Zeitrahmen zur Bearbeitung eines Konzepts!
3. Kreative Vorleistung kostet die Agenturen Zeit und Geld. Bitte honorieren Sie dies! Wenn Sie drei Agenturen eine angemessene Vergütung zahlen, werden Sie deutlich bessere Ergebnisse bekommen, als 10 Agenturen kostenfrei miteinander pitchten zu lassen!
4. Ermöglichen Sie eine persönliche Konzeptvorstellung, an der bestenfalls alle Entscheider Ihres Unternehmens teilnehmen. Damit verbunden ist nicht nur ein erstes Kennenlernen, es schafft zusätzlich Vertrauen und die nötige Transparenz. Beteiligen Sie idealerweise den Einkauf bereits zu Beginn des Projektes an den Auswahlgesprächen, um für Verständnis und besseres Know-How in Zusammenarbeit mit der Fachabteilung zu werben.

Im Übrigen: Ob die Agenturwahl die richtige war, erkennt man daran, dass die Agentur die richtigen Fragen stellt und sich mit Ihrem Unternehmen bereits ausführlich auseinandergesetzt hat.
(Gastbeitrag von D. Deubner, Domset)

Unsere Sponsoren



Certified Hotels

555 Hotelzertifikate im deutschen Markt – Profibewertung durch Kunden

Die VDR-Hotelzertifizierung hat aktuell 555 geprüfte „Certified Business Hotels®“ oder „Certified Conference Hotels®“ in ihrem Bestand. Laufend kommen neue Hotels hinzu. Gerade wurden 23 Novotels als Certified Conference Hotel® angemeldet und befinden sich in der Prüfungsphase. Bei der VDR-Hotelzertifizierung handelt es sich um das einzige Prüfsiegel im Markt, das von Kundenverbänden für Geschäftsreisen und Veranstaltungen, wie dem VDR, VDVO und DGVM, getragen wird. Als Prüfer werden erfahrene Praktiker aus dem Travel- und Event-Management eingesetzt.

www.certified.de

VDVO-Mitglied Petra Knölke-Pohl vom Deutschen Zentrum für Luft- und Raumfahrt bestätigt: „Ich bin von den Zertifizierungen insgesamt sehr überzeugt, tragen sie doch alle zu mehr Orientierungshilfe und Planungssicherheit letztlich für den Kunden (Veranstaltungsplaner/Travelmanager) bei.“

Hotel Tipp

Hinter dem Horizont geht's weiter....

Und wirklich... Hinter dem Horizont muss es weitergehen – so zumindest mutet es an, wenn man in einem 4-Sterne-Zimmer im obersten Stockwerk des **Ostseehotels Damp** steht und gen Osten schaut... Nichts als Weite, Meer, Sonne... Wenn das Meer mehr ist – dann ist das Mehr das Meer! Solch ein Wortspiel fällt einem ein angesichts dieses Anblicks.

Leicht verständlich und ohne Irrungen findet man den Weg zum Ostseehotel Damp. Eine helle und lichtdurchflutete Halle erwartet den Gast, leicht erkennbar das kleine Bistro zur Linken, der klar strukturierte Empfangscounter zur Rechten – alles wirkt einladend und freundlich. Fast skandinavisch muten die klaren Linien und die Schlichtheit der Einrichtung an. Nichts fehlt – aber auch nichts belastet und überlastet das Auge des Betrachters.

Das Kongresszentrum wartet auf mit einer fast unikaten Anordnung der Tagungsräume: die kreatürliche und platzsparende Wabenform gibt das Gefühl der Geschlossenheit, ohne bedrückend zu wirken. Auch akustisch eine ganz neue Erfahrung. Technisch ist alles vorhanden, was das Herz begehrt.

Lesen Sie [hier](#) den vollständigen Hotel - Tipp geschrieben von H. Leisewitz, Teamleiter Conference & Event Management Beiersdorf AG

Location Tipp

Design Offices. Schöner arbeiten, besser tagen.

Für Tagungen und Trainings bietet Design Office deutschlandweit intelligent gestaltete Raumkonzepte, die perfekt zu allen Meeting-Situationen passen, dazu kompetenten Service on demand.

Besprechungen, Trainings, Events – Service und Atmosphäre machen den Unterschied: Ob Coachings in der Fireside Lounge, Kreativmeetings im Meet & Move Studio, Teambesprechungen im Project Space, hochwertigen Präsentieren im Board Meeting Room, Schulungen und Informationsvermittlung im Training Room oder hochwertige Events: In dieser Tagungs- und Arbeitswelt werden Ziele effizienter erreicht, weil Wohlbefinden und Motivation Hand in Hand gehen.

Am 13. Februar 2012 haben Sie die Möglichkeit sich das [Design Offices Highlight Towers in München](#) anzuschauen. Das Programm können Sie [hier](#) einsehen

Design Office freut sich, Sie und Ihre Begleitung im Design Offices Highlight Towers begrüßen zu dürfen!

Anmeldungen unter: christina.teut@designoffices.de
Stichwort: AWL 13.02.2012
www.designoffices.de

Unsere Sponsoren





Meeting Experts Conference MEXCON 2012

Gipfeltreffen der Veranstaltungsbranche steht unter dem Thema „Veranstaltungswirtschaft 2030“
Dreitägiger Kongress vom 18. bis 20. Juni 2012 in Berlin – Anmeldungen ab sofort unter www.mexcon.de

Vom 18. bis 20. Juni 2012 findet im ICC Internationales Congress Centrum Berlin mit der Meeting Experts Conference (MEXCON 2012) der erste gemeinsame Hauptstadtkongress der Kongress-, Tagungs-, Incentive- und Eventbranche statt. Die dreitägige Konferenz verbindet die jeweiligen jährlichen Treffen der wichtigsten Branchenverbände mit einem Fachkongress zum Thema „Veranstaltungswirtschaft 2030“. Rund 400 Fach- und Führungskräfte der Veranstaltungsbranche sowie politische Entscheidungsträger werden erwartet.

Veranstalter der Meeting Experts Conference sind das GCB German Convention Bureau e. V. und der EVVC - Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e. V.. Zu den Kooperationspartnern der MEXCON 2012 zählen die International Congress and Convention Association (ICCA), das Deutschland-Chapter von MPI Meeting Professionals International, Site – Society of Incentive & Travel Executives, der Verband Deutsches Reisemanagement e. V. (VDR), die Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren e. V., die Hospitality Sales and Marketing Association Deutschland e. V. (HSMA) und die Vereinigung Deutscher Stadionbetreiber e. V.. Unterstützt wird die MEXCON 2012 außerdem vom visitBerlin Berlin Convention Office.

Den Auftakt der MEXCON 2012 bildet die parallele Durchführung der jährlichen Sitzungen und Board Meetings der teilnehmenden Verbände am 18. Juni 2012 im ICC Berlin. In den Pausen sowie bei der Abendveranstaltung im Olympiastadion ergeben sich dabei viele Möglichkeiten zum Austausch zwischen den einzelnen Organisationen. Der zweite Tag der Konferenz ist den Mitgliederversammlungen der Branchenverbände vorbehalten. Daneben bietet ein Seminarprogramm zur Zukunft der Branche Weiterbildungsmöglichkeiten.

Eine Abendveranstaltung am Flughafen Tempelhof gibt auch hier genug Gelegenheit zum branchenweiten Networking.

Kernstück der MEXCON 2012 ist der Fachkongress am 20. Juni 2012. Experten aus Wirtschaft und Wissenschaft werden hier über die Zukunft der Veranstaltungsbranche diskutieren. Eine Ausstellung wird die dreitägige Konferenz begleiten. Der vorläufige Ablauf der MEXCON 2012 sowie Möglichkeiten zur Anmeldung finden Interessierte ab sofort unter www.mexcon.de.

„Mit dem ersten gemeinsamen Fachkongress der Veranstaltungsbranche wollen wir die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Branchenverbände am und für den Standort Deutschland intensivieren und ihre politische Wahrnehmung erhöhen. Zudem können wir so die hohe Bedeutung unserer Branche für Wirtschaft und Wissenschaft öffentlichkeitswirksam kommunizieren“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB.

„Daraus, dass die Mitgliederversammlungen und Fachtagungen der Verbände an diesen Tagen gebündelt im ICC Berlin stattfinden, ergeben sich viele Vorteile: Auf der MEXCON 2012 werden Synergien geschaffen, branchenrelevante Themen ausgetauscht und ein Netzwerk innerhalb der Branche aufgebaut. Nur gemeinsam können wir Politik und Öffentlichkeit die große Bedeutung unserer Branche verdeutlichen. Kurze Wege sind die beste Voraussetzung für einen engen Austausch“, erläutert Joachim König, Präsident des EVVC.



MEXCON 2012
 Meeting Experts Conference. Berlin

Unsere Sponsoren

