

MICE-Club: «Hut ab» für die neue Inspirationswerkstatt

Es kann auch anders gehen. Das stellte der MICE-Club mit seinem erfolgreichen Debüt am 14. und 15. November unter Beweis. Das neue Educational-Format überzeugte seine Teilnehmer mit einer innovativen Meetingarchitektur, effizienten Kommunikationstools und aussergewöhnlichen Locations in der Kreativmetropole Köln.



KERSTIN MÄNNER

Öffentlichkeitsarbeit und Kommunikation, Köln

«Wir wollten zeigen, dass Business-Events in unserer Branche gut funktionieren, wenn wir nur bereit sind, uns von der klassischen Frontalbespielung zu verabschieden. Nach der Premiere sind wir glücklich, dass uns dies gelungen ist. Jetzt werden wir die Erfahrungen und Feedbacks aus der Premiere auswerten und das Konzept weiterentwickeln», sagt Dominik Deubner. Der Initiator des MICE-Clubs war mit dem Ziel angetreten, eine neuartige Plattform für die Branche rund um Meetings, Incentives, Congresses & Events (MICE) zu gestalten, die einen nachhaltigen Dialog zu gemeinsamen Trends, Chancen und Visionen anregt und konkrete Mehrwerte für die Teilnehmer schafft. Dass ihm dies gelungen ist, unterstreicht der renommierte Schweizer Markenexperte Rolf Gruber: «Der MICE-Club hat eine kommunikative Atmosphäre geschaffen, die ich so noch nie erlebt habe. Hier ging es tatsächlich um die Menschen mit ihren konkreten Business-Erwartungen. Ausserdem fiel die hohe Qualität des Publikums auf. Ohne zu übertreiben, kann ich sagen, dass der MICE-Club ein Treffen der A-Liga war.»

Hohe Erwartungen und konkrete Ziele

Insgesamt trafen sich zu dem wegweisenden Educational-Format rund 90 Anbieter und Event-Planer aus ganz Deutschland, Österreich und der Schweiz. Schon am ersten Tag zeigte die unkonventionelle Vorstellungsrunde in der kommunikationsfördernden MICE-Club-Arena: Die Teilnehmer kamen mit hohen Erwartungen und konkreten Zielen nach Köln. Nach zwei Tagen war sich die Mehrheit einig, dass der MICE-Club nicht nur eine sehr inspirierende Wissensplattform mit wertvollen Inhalten und einer auffällig kon-

struktiven Atmosphäre darstellt, sondern auch als Networking-Event einen messbaren Nutzen für das eigene Business gebracht hat. «Ich habe ein neues Veranstaltungsformat gesucht und gefunden. Das hochinteraktive Ambiente des MICE-Clubs hat mir als Supplier eine sehr gute Möglichkeit geboten, unsere Produkte auf eine charmante Weise zu präsentieren. Die durchdachten Kommunikationstools fördern die Gespräche, wodurch ich überdurchschnittlich viele qualifizierte Kontakte knüpfen konnte», betonte eine Teilnehmerin in Köln.

Von der Markenbildung zur Entschleunigung

Inhaltlich bot der MICE-Club ein hochkarätiges Programm. Highlights waren unter anderem die Keynote zur Kunst der Markenpositionierung von Rolf Gruber und die Themencloud zur Entschleunigung von Willem Stortelder, Co-Gründer des Kommunikations-Think-Tanks «21 Lobsterstreet». Als Moderator brillierte Mike van der Vijver.



Entschleunigung von Willem Stortelder, Co-Gründer des Kommunikations-Think-Tanks «21 Lobsterstreet».

Der niederländische Trainer und Autor des Bestsellers «Into the heart of meetings» führte die Teilnehmer durch die beiden Tage. Fachlich standen ihm die Medienpartner Urs Seiler, EXPODATA-Chefredakteur, und Hans Jürgen Heinrich, Chefredakteur der deutschen Fachzeitschrift events, zur Seite. Jürgen Metzler, Geschäftsführer der Agentur (f) acts Events aus Österreich, lobte den inspirierenden Mix: «Ich begrüße es sehr, dass der MICE-Club ein Event auf die Beine gestellt hat, das derart gut funktioniert. Das reicht vom offenen und zukunftsweisenden Meeting-Design über die interessanten Speaker aus den Niederlanden und der Schweiz, die sehr gute Impulse für das Networking gesetzt haben, bis hin zu den aussergewöhnlichen Locations. Insgesamt fand hier ein Austausch unter Gleichgesinnten auf Augenhöhe statt. Ich kann nur sagen: Hut ab!»

Ortswechsel und MICE-Labs statt

Frontalbespielung

Das neue Veranstaltungsformat basiert auf dem Meeting-Design aus der Feder von Oliver Malat: «Uns kam es darauf an, die Teilnehmer nicht nur kommunikativ zu aktivieren, sondern eine hybride Struktur zu schaffen, die es uns ermöglicht, die individuellen Interessen der Teilnehmer vor Ort abzufragen und unmittelbar zu integrieren», erläutert der Kreativdirektor, der den MICE-Club – teilweise im Schulterschluss mit Mike van der Vijver – konzeptionell umsetzte.

In diesem Design waren Gestaltung und Inhalt perfekt aufeinander abgestimmt. So ging es am ersten Tag in der Kommunikationsarena über die Meeting Hell in den Meeting Heaven und am zweiten Tag in offene Raum-in-Raum-Installationen. Mit den Veranstaltungsorten Altes Pfandhaus, Rheinloft Cologne, Exquisit, Design Quartier Ehrenfeld und The New Yorker I DOCK.ONE bespielte der MICE-Club fünf Event- und Off-Locations. Wesentliche inhaltliche Elemente waren drei kompakte Themenclouds zu «Meeting Archi-

ecture», «Themed Destinations – Themed Venues» und «Be here – Be now» sowie zwei sogenannte «MICE-Labs» – thematisch strukturierte Supplier-Präsentationen mit interaktiven Sessions. Diese für klassische Konferenzen eher untypische Arbeit in Kleingruppen kam bei den Buyern gut an: «In den MICE-Labs wurde auf spielerische Weise das Eis zwischen den Teilnehmern gebrochen. Wir konnten uns aktiv einbringen und die inhaltliche Richtung mitbestimmen», sagte Stefan Blasius, der als freier Projektleiter Event im Auftrag der Agentur Marketing And More vor Ort war.

Werkstattatmosphäre statt Berieselung

Ein tragender Baustein des MICE-Club-Konzepts war die aktive Beteiligung der Teilnehmer. Sie waren aufgefordert, die vorgeschlagenen Inhalte und Tools selbst mitzugestalten und zu bewerten. So wurden beispielsweise in den MICE-Labs zwei unterschiedliche Networking- und Matchmaking-Methoden ausprobiert. Während eine methodisch stark strukturierte und durch Fragen geführte Variante bei den Teilnehmern grosse Zustimmung fand, wurde eine offenere, eher dem Zufallsprinzip untergeordnete Version von den Teilnehmern weniger positiv beurteilt.

Dass inhaltliche Mitbestimmung auch in Grossgruppen funktionieren kann, zeigte die Themencloud «Themed Destination – Themed Venues» von Rolf Gruber und Urs Seiler. So wurde kurzerhand der am Vortag geäusserte Wunsch der Teilnehmer nach der Bearbeitung eines konkreten Fallbeispiels am Folgetag aufgegriffen. Kolia Jebram, Geschäftsführer der Hamburger Agentur kuk Live GmbH, resümierte: «Der MICE-Club hat sein Versprechen gehalten, ein völlig neues Format anzubieten. Überzeugt hat mich etwa, dass die thematisierte Meetingarchitektur unmittelbar erlebbar gemacht wurde.»

MICE-Club – 365 Tage online vernetzt

Unterstützt wurde die gesamte Meetingarchitektur durch die eigens eingerichtete MICE-Club-App. Diese diente nicht nur dem generellen Networking, sondern wurde während der gesamten Veranstaltung gezielt zur Steuerung der Arbeitsgruppen und zum organisierten Matchmaking eingesetzt. Das Tool geht Hand in Hand mit dem Online-Portal des MICE-Clubs, das der Branche ganzjährig ein aktuelles Magazin mit täglichen Branchen-News, Fachberichten, Branchenterminen und Meinungsbeiträgen sowie ein umfassendes Anbieterverzeichnis mit innovativem



Interaktion: Die für klassische Konferenzen eher untypische Arbeit in Kleingruppen kam bei den Buyern gut an.

Suchmechanismus zur Verfügung stellt. In einem passwortgeschützten Clubbereich für MICE-Club-Mitglieder hält es ausserdem wertvolle Funktionen bereit. Teilnehmer des MICE-Club-Events sind automatisch Mitglieder für ein Jahr. Interessierte, die nicht beim Debüt in Köln dabei waren, können sich unter www.mice-club.com direkt registrieren. •

PUBLIREPORTAGE

Lagerhallen: Alles unter Dach und Fach

Lagerhallen, Leichtbauhallen und Überdachungen stehen für einfache, praktikable Raumlösungen. Schnell und kostengünstig aufgebaut bieten die Hallen für verschiedenste Anwendungsbereiche optimierte Lösungen an. Die variable, modulare Bauweise wie die freitragende Konstruktion genügen dabei höchsten Ansprüchen.

Orgatent AG gehört seit Jahren zu den führenden Zeltanbietern der Schweiz. Mit Innovationen, Qualität und Kundennähe hat sich die Firma im obersten Segment und Leistungsspektrum im Zeltbau etabliert.

Leichtbauhallen wie Lagerzelte finden sich seit vielen Jahren im Angebot der Firma.

Diese Hallen erfüllen eine Vielzahl von Raumlösungen: Für Lager, Produktion und Ausstellung oder als Sonderkonstruktionen für den Hoch- und Tiefbau, insbesondere den Strassenbau oder Überdachungen für grossflächige Sanierungen von Deponien. Genauso wie als Golfpark und Caddy Hall, wie das Bild oben zeigt. Selbst als Hangar für Flugzeuge und Helikopter eignen sich die Hallen vorzüg-

lich – und was die Konstruktionen auszeichnen sind die Vielfalt der geradezu unbegrenzten baulichen Möglichkeiten.

Die Hallengrössen sind variabel im 2,5/5,0 Meterraster erweiterbar. Die Spannweite kann zwischen 5,0 bis 30,0 Meter betragen, – die Seitenhöhe zwischen 3,50 und 6,20 Meter. Die Seitenverkleidungen bestehen aus PVC-Planen, Stahltrapez mit oder ohne Isolationselementen. Die Kapazität der Schneelast beträgt zwischen 25 bis 135 kg/m².

Dank der modularen Bauweise erfolgt die Montage bzw. die Demontage innerhalb kurzer Zeit. Die Qualität der Profile aus eloxiertem Aluminium erhöhen Stabilität und Lebensdauer und machen Lagerhallen zu perfekten Bauten.



Kontakt

ORGATENT
for your Event.

www.orgatent.ch