

Pressemitteilung

Oktober 2013

DOMSET setzt CAB Meeting um

Hohe Effizienz durch strategisches Meeting Design

More interaction. More involvement. More communication. Das war das Motto des CAB Meetings 2013. In diesem Jahr schrieb DOMSET Live-Kommunikation für Konzeption und Umsetzung des hochkarätigen MICE-Events verantwortlich.

Am 9. September lud das German Convention Bureau (GCB) zu Inspiration und gemeinsamem Networking im Customer Advisory Board (CAB). In München trafen rund 40 GCB-Mitglieder, darunter Hotels, Convention Bureaus, Agenturen und Locations, auf Einkäufer aus Belgien, Großbritannien, Italien und den Niederlanden. Ziel des diesjährigen CAB Meetings war es, den GCB-Mitgliedern im direkten Dialog mit ihren Kunden deren Arbeitsweise und Anforderungen näher zu bringen und neue Impulse für die eigene Positionierung und Geschäftsstrategie zu gewinnen. Die internationalen Buyer wirkten in diesem Setting als Berater (Advisor) sowohl für die Mitglieder des Verbandes als auch für das GCB selbst.

„Für uns als konzeptionierende Agentur bestand die Herausforderung darin, die gewohnte frontale Moderation solcher Veranstaltungen zu durchbrechen und ein interaktives Erlebnis zu entwerfen, bei dem ein konkreter Mehrwert für alle Beteiligten entsteht“, beschreibt Oliver Malat, Kreativdirektor von DOMSET. Die Kölner Agentur für Live-Kommunikation entwickelte daher eine strategische Meetingarchitektur, deren methodischer Mix eine flexible Anpassung der individuellen Inhalte noch während des Events bot.

Den hohen Anspruch „More interaction. More involvement. More communication.“ realisierte DOMSET gemeinsam mit dem international renommierten Facilitator und Herausgeber des ersten Fachbuchs zum Meeting Design, Mike van der Vijver. Das Ergebnis der zwei Tage waren spannende Diskussionen mit wertvollen Erkenntnissen in Bezug auf Deutschland als MICE Destination und ein zufriedener Auftraggeber. „Das äußerst zielorientierte Meeting Design von DOMSET erwies sich als höchst effektiv und hat uns in dem diesjährigen Meeting sehr schnell gute Ergebnisse geliefert“, betont Martina Nesper, Events/Media & Communications im GCB.

„Trau keinem Gedanken, der Dir im Sitzen kommt.“

Um den anspruchsvollen Zielen des GCB gerecht zu werden, umfasste das Konzept von DOMSET einen eigenständigen Vorbereitungstag, an dem das Team des GCB gemeinsam mit den beratenden Einkäufern die finalen Schwerpunkte des

CAB sowie neue Erkenntnisse für die Optimierung der eigenen Marktposition erarbeitete. Dafür trafen sich das GCB-Team und die Gruppe der Advisor am 8. September zum intensiven Kennenlernen und gemeinsamen Brainstorming. Dabei hieß es von Anfang an, die ausgetretenen Pfade zu verlassen und effizientere Wege der Kommunikation einzuschlagen. Zur persönlichen Vorstellung etwa präsentierte jeder der Teilnehmer einen Gegenstand, der als pars pro toto für sein Business steht und hob so erste individuelle Akzente hervor. Frei nach Nietzsche „*Traue keinem Gedanken, der Dir im Sitzen kommt.*“ brachten die gemischten Zweierteams von Advisor und GCB in drei interaktiven Workshops ihre Gedanken wortwörtlich en passant auf den Tisch.

Den Auftakt des CAB Meetings bildete ein abendliches Warm-up am Vortag, zum dem die GCB-Mitglieder zur Gruppe dazu stießen. Hier galt es, im entspannten Ambiente eines traditionellen Brauhauses zusammenzurücken und sich kennen zu lernen. Am eigentlichen Veranstaltungstag am 9. September blieb die Gruppe erneut nicht nur geistig in Bewegung: Das interaktive Meeting Design bespielte viele verschiedene Settings und Räumlichkeiten mit unterschiedlichen Gruppen. Dazu entschieden die Teilnehmer selbst, etwa durch Gruppen-Votings, welche Themen tatsächlich an diesem Tag vertieft werden sollten. Für den maximalen Austausch zwischen Advisor und Supplier wurden die Ergebnisse und Methoden vom Vortag aufgegriffen. Beispielsweise präsentieren die beratenden Einkäufer ihr Business wieder sehr persönlich anhand mitgebrachter Gegenstände an individuellen „Powerstands“. Die intensiven Workshops und Sessions, die DOMSET speziell für das GCB entwickelt hatte, gaben Antworten auf Fragen wie: Was bewegt internationale Veranstalter dazu, eine MICE-Veranstaltung in Deutschland durchzuführen? Welche deutsche City ist für andere Länder die attraktivste MICE-Stadt?

In dem hoch konstruktiven Ambiente kamen sowohl Vorteile des Standortes Deutschland als auch Kritikpunkte zur Sprache. Beides gab den Teilnehmern wertvolle Anstöße zur Optimierung der Positionierung im internationalen MICE-Markt. „Wir lernen gleichermaßen aus unseren Stärken, die wir ausbauen, sowie auch aus neuen Anforderungen, die uns die Möglichkeiten aufzeigen, uns weiter zu verbessern. Dass beide Seiten so offen zur Sprache kamen, dafür sorgte DOMSET mit seiner inspirierenden Umsetzung“, schließt Martina Nesper, ab.

DOMSET Live-Kommunikation

DOMSET ist eine inhabergeführte Agentur für Live-Kommunikation mit Sitz in Köln. Einen besonderen Namen hat sich die Kreativschmiede in den Bereichen Events, Incentives und Teambuildings gemacht. Weitere Schwerpunkte liegen in der strategischen Kommunikation, die von Off-Site-Meetings bis hin zu Guerilla-Marketing und Messeevents reicht. Die langjährige operative und beratende Kompetenz in der Branche für Meetings, Incentives, Congresses und Events (MICE) bündelt DOMSET im Geschäftsbereich MICE Consulting. Dieser berät nationale und internationale Destinationen, Locations und MICE-Dienstleister mit marketingstrategischem Fokus. Ab November initiieren die Kölner darüber hinaus mit dem MICE Club ein innovatives Netzwerkformat als community- und businessorientiertes Educational-Event inklusive des neuen Online-Portals (www.mice-club.com).

Kontakt für die Presse

Kerstin Männer
Presse.Text.Konzept
Fon: +49 (0)221 - 16 99 59 30
E-Mail: info@kerstinmaenner.com