

# Pressemitteilung

20. November 2013

## Erfolgreicher Start des MICE Clubs in Köln

### „Hut ab“ für die konstruktive Atmosphäre in der neuen Inspirationswerkstatt

*Es kann auch anders gehen. Das stellte der MICE Club mit seinem erfolgreichen Debüt am 14. und 15. November 2013 unter Beweis. Das neue Educational-Format überzeugte seine Teilnehmer mit einer innovativen Meetingarchitektur, effizienten Kommunikationstools, spannenden Inhalten und außergewöhnlichen Locations in der Kreativmetropole Köln.*

„Wir wollten zeigen, dass Business-Events in unserer schönen Branche sehr 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 und der MICE Club bei allen Beteiligten so gut ankommen 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. Das ist die Zukunft des Meeting Designs! Außerdem fiel hier in Köln die hohe Qualität des Publikums auf. Ohne zu übertreiben kann ich sagen, dass der MICE Club ein Treffen der A-Liga war.“

Insgesamt trafen sich zu dem wegweisenden Educational-Format rund 90 Anbieter und Eventplaner 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 intensiven Tagen war sich die Mehrheit einig, dass der MICE Club nicht nur eine sehr inspirierende Wissensplattform mit wertvollen Inhalten und einer auffällig konstruktiven Atmosphäre darstellt, sondern auch als Networking-Event einen messbaren Nutzen für das eigene Business gebracht hat.

### **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. Der niederländische Trainer und Autor des Bestsellers „Into the heart of meetings“ führte die Teilnehmer locker und motivierend durch die beiden Tage. Fachlich standen ihm die Medienpartner Urs Seiler, Chefredakteur des Schweizer Magazins EXPODATA, 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. Sehr inspirierend war auch die passende Moderation durch Mike van der Vijver. 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 außergewöhnlichen 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 | DOCK.ONE bespielte der MICE Club fünf spannende Event- und Off-Locations, die teilweise selbst den anwesenden Kölnern unbekannt waren. Wesentliche inhaltliche Elemente waren drei kompakte Themenclouds zu „Meeting Architecture“, „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 Bayern 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. Dadurch ist eine Interaktion entstanden, die tatsächlich auf unsere aktuellen Anforderungen einging“, 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 offenerere, 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 am ersten Tag thematisierte Meetingarchitektur unmittelbar erlebbar gemacht wurde. Inhaltlich weitergebracht hat mich vor allem der zweite Tag. Ich persönlich habe ein Event dieser Art so noch nicht erlebt und kann die Veranstaltung wirklich weiterempfehlen.“

#### **MICE Club – 365 Tage online vernetzt**

Unterstützt wurde die gesamte Meetingarchitektur durch die eigens eingerichtete MICE Club-App. Diese diente nicht nur zum generellen Networking, sondern wurde während der gesamten Veranstaltung gezielt zur Steuerung der Arbeitsgruppen und zum organisierten Matchmaking eingesetzt. Das innovative 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 Suchmechanismus zur Verfügung stellt. In einem passwortgeschützten Clubbereich für MICE Club-Mitglieder hält es außerdem wertvolle Funktionen bereit, darunter ein branchenspezifisches Kontaktnetzwerk, Planungshilfen für die tägliche Arbeit, interessante Mehrwert-Tools wie etwa eine kostenneutrale rechtliche Ersteinschätzung einer Fachanwaltskanzlei sowie kostenfreie Abonnements führender Fachzeitschriften. 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](http://www.mice-club.com) direkt registrieren.

**Mehr Informationen rund um den MICE Club unter: [www.mice-club.com](http://www.mice-club.com)**

#### **Kontakt für die Presse**

Kerstin Männer

Presse.Text.Konzept

Fon: +49 (0)221 - 16 99 59 30

E-Mail: [presse-domset@kerstinmaenner.com](mailto:presse-domset@kerstinmaenner.com)