

MICE by melody

Österreichisch-deutsche Koproduktion



Martin Benkovics



Peter Cramer

Ein neues Veranstaltungs-Format mit österreichischen Anbietern unter dem Namen „MICE by melody“ tourt seit diesem Jahr durch Deutschland. Im Gespräch mit dem *traveller* erklärten die Initiatoren Martin Benkovics, Inhaber des österreichischen Location-Portals www.platzpirsch.at, und Peter Cramer, Geschäftsführer der Hamburger Agentur PeC-Kommunikation, welchen Nutzen „MICE by melody“ für die Teilnehmer hat und warum sich dieses neue Format anders als eine Messe so schnell durchgesetzt hat: Bei diesen Networking-Events mit After-Work-Charakter sollen österreichische Anbieter von MICE-Produkten, -Leistungen und -Services mit deutschen Entscheidern aus der Event- und Tagungsbranche in lockerer Atmosphäre zusammen gebracht werden. „Dieses Kommunikations-Netz ermöglicht österreichischen Anbietern einen effizienten und zielgenauen Zugang zu deutschsprachigen Event- und Meeting-Planern auf Entscheider-Ebene. Diese Kooperation verhilft österreichischen Anbietern zu deutlich mehr Awareness und zu mehr Geschäft mit dem Nachbarland“, fasst Martin Benkovics zusammen.

Im September gingen die ersten drei Events des neuen, länderübergreifenden Networking-Formates für die Event-Branche in München,

Frankfurt und Düsseldorf, erfolgreich über die Bühne. Deutsche Eventplaner trafen dabei auf Aussteller aus den Destinationen Schweiz, Österreich, Irland, Schottland, England, Malta, Frankreich, Dänemark, Belgien u.v.m. „Besonders spannend bei den ersten MICE by melody-Events war zu beobachten, wie sich die beiden Gruppen einander näherten. Als die Besucher begriffen, dass sie nichts kaufen mussten und auch keine Prospekte in die Hand gedrückt bekamen, sondern einfach nur entspanntes Plaudern angesagt war, gab es kein Halten mehr,“ erläutert Benkovics das Konzept seines Kooperationspartners Peter Cramer. „Ebenso spannend ist, dass wir diese Events länderübergreifend zustande gebracht haben. Ich kenne nur wenige Kooperationen, die so effektiv arbeiten können wie wir“, so Benkovics.

The Barcelona Medley

Mit seinem Branchenblog <http://blog.platzpirsch.at> und via Social Media-Kanäle, sorgte der Wiener schon im Vorfeld dafür, dass die Entscheider bestens über die anwesenden Location-Spezialisten und MICE-Anbieter informiert waren, dadurch kam man ohne Präsentationen, Roll-ups und Messestände vor Ort aus. Die PeC-Agentur ist spezialisiert auf

Content-Marketing Maßnahmen für die deutschsprachige MICE-Branche in den Kanälen Digital (www.MICEboard.com), Print und Event. „MICE by melody“ ist eine Kombination aus Online- und Social-Media-Marketing, Networking-Events und PR-Arbeit über den exklusiven Print-Medienpartner, dem deutschen MICE-Magazin „mep“. Den Höhepunkt findet ihre Event-Reihe im Rahmen der EIBTM in Barcelona. Interessierte Veranstalter sind eingeladen, von 18. bis 20.11.2013 als Hosted Buyer an der Messe sowie am Networking-Event „MICE by melody - the Barcelona medley“ kostenfrei teilzunehmen.

! Information

Ursula Winter (Sales & Marketing Manager Congress Casino Baden) war bei der Roadshow als Aussteller vor Ort: „In gemütlicher, entspannter Atmosphäre konnte man Kunden und Interessenten treffen, kennenlernen und sich austauschen. Die Teilnehmer konnten sich mit ihren I-Pads zu den Kunden begeben und mussten nicht nur an einer Stelle bei ihrem Stand warten, bis jemand vorbeikam. Für die Teilnehmer sind sicherlich auch die unterschiedlichen Anbieter aus ganz Europa einzigartig.“

BTM

Aus für Business Travel

Nach dem Ende der Business Travel Show in Düsseldorf vor zwei Jahren macht nun auch der Londoner Business Travel Market dicht.

Der Business Travel Market (BTM) hätte Teil des diesjährigen World Travel Market (WTM)

im November sein sollen, im vergangenen Jahr hatte ihn Reed Exhibitions noch als eigenständige Veranstaltung geführt. Das Aus für die Geschäftsreisemesse begründet Reed mit der derzeit stark rückläufigen Entwicklung im Business Travel-Seg-

ment. Wegen befürchteter Rückgänge der Konjunktur setzten die Unternehmen den Rotstift bei Geschäftsreisen an. Viele Leistungsanbieter – vor allem die Reisebüroketten – verspüren zum Teil enorme Umsatzrückgänge.