Zukunft der Kongress-Branche
Perspektiven

Für das Event-Marketing müssen dringend die bisherigen Konzepte und Strategien überdacht werden und mit erfahrenen Spezialisten neu auf einen Stapel gesetzt werden. Der Ausbau von reiner Vertriebs- und Kommunikationskraft ist in der Folge nicht richtig, sofern die Konzeption und die Kommunikation und vor allem das bedarfsorientierte Produkt dahinter nicht steht, man den Kunden eigentlich gar nicht kennt und in der „Kunst des „Marketings" herumwurstelt. Das Treibrad des ROI, des Return on Invest und der Profitgier, wird ganz bald schon durch den geleisteten Mehrwert überholt und erlangt hoffentlich alsbald Stillstand. Vielleicht nennen wir das ROU, Return on Trust and Use. Wir müssen vielmehr darüber reflektieren, wie wir unseren heutigen Kunden wertvolle Lebenszeit und Nutzen bieten können und den Kunden wieder bei seinen wirklichen Bedarfen abholen.

Hierzu sollten wir auch das Web endlich wirklich nutzen, denn dieses Medium bietet uns hierzu gerade die elementaren Möglichkeiten, „Suchende" genau da zu treffen, wo sie uns ihre Bedürfnisse kommunizieren.

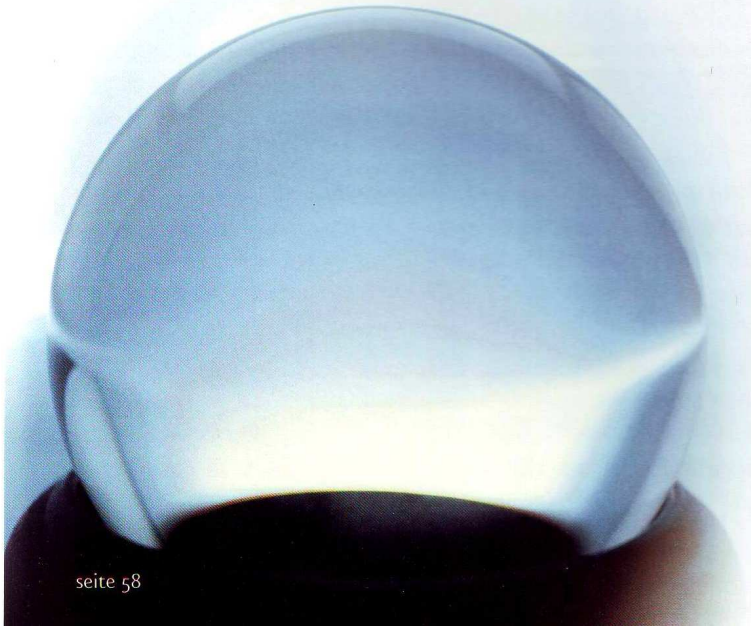
Sven Eichenlaub
Event-Experte und Ideenschmied

Aller Begeisterung für die neuen Medien zum Trotz – Kongresse und Tagungen werden sie zumindest in der Wissenschaft nie auch nur annähernd ersetzen können. Der direkte Austausch von Angesicht zu Angesicht ist unverzichtbar. Die Dynamik, die Gespräche im Rahmen von Vorträgen, in Workshops oder einfach in der Kaffeepause entwickeln können, die teilweise zufälligen Kontakte, die sich auf einer großen Veranstaltung ergeben und bei denen gemeinsame Themen entdeckt werden, lassen sich in Telefonkonferenzen oder Webinaren nicht nachbilden.

Die DECHEMA und ProcessNet organisieren pro Jahr etwa 50 größere und kleinere Veranstaltungen zu Themen aus Chemischer Technik und Biotechnologie. Unser Spektrum reicht dabei vom halbtägigen Workshop mit 30 Teilnehmern bis zum mehrtägigen Kongress mit über 1.000 Besuchern, mehreren parallelen Vortragssträngen und einem umfangreichen Rahmenprogramm. Das A und O für eine erfolgreiche Veranstaltung ist dabei die professionelle Organisation und ein Raumangebot, das flexibel genug ist, um verschiedenen Bedürfnissen gerecht zu werden – dem großen Plenarvortrag ebenso wie der kleinen Diskussionsrunde.

Die dritte ProcessNet-Jahrestagung und die 28. Jahrestagung der Biotechnologen in der DECHEMA, die gemeinsam vom 7. bis 10. September 2009 in Mannheim im Congress Center Rosengarten stattgefunden haben, haben mit über 1.500 sehr zufriedenen Teilnehmern einmal mehr bestätigt, dass solche Veranstaltungen auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten den Besuch in jedem Sinne wert sind.

Dr. Kurt Wagemann, Geschäftsleiter von ProcessNet und stellvertretender Geschäftsführer der DECHEMA e. V.



Ausgabe 11/November 2009 Schutzgebühr 5,– €

Das m:con-Magazin für die Kongress-Branche

m:conVISIONS

WISSEN: Das semantische Web 3.0 Professor Dr. Tolksdorf über die präzise Suche nach Informationen im World Wide Web. **MARKT: Die globalisierte Kundenorientierung** Dienstleistung in Deutschland, Service in der Welt. **MAGAZIN: Junge Köpfe, große Ideen** bei der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin. Von dieser Forschung profitieren kleine Patienten. **METROPOLREGION: Eis-Fieber** Die Region Rhein-Neckar rüstet sich für die Eishockey-WM 2010.

m:con
VISION INTO CONVENTIONS

multi-
visionaire

m:)con_providesmore