



# WORLD OF EVENTS 2007

Außergewöhnliche Events auch mit kleinem Budget

Setzen Sie neue Akzente mit Konzepten der besonderen Art!



**Storytelling:**

«Märchenhaft einzigartig» – neue Erzählkultur am Beispiel Swarovski Kristallwelten  
Dr. Andreas Braun, Swarovski AG



**Networking International:**

Kontaktaufnahme mit System – Schlüsselkompetenz erfolgreicher Manager  
Sébastien Tondeur, MPI Europe



**Live Act:**

Shao Lin Mönche aus China – «Konzentration auf das Wesentliche»  
Shi Yan Bao

**Weitere Themen**

- Wie entwickelt sich die Live-Kommunikation in Deutschland und weltweit?
- Wie inszenieren Sie originelle Events, die sich von der Masse abheben?
- Wie setzen Sie die 7 psychologischen Geheimnisse für erfolgreiche Events ein?
- Wie steigert ein gezieltes Corporate Social Responsibility Engagement Ihren Unternehmenswert?

**Plus:** Vertiefen Sie am zweiten Tag in Workshops die aktuellsten Event-Themen!

! Der jährliche Treffpunkt der Event-Community



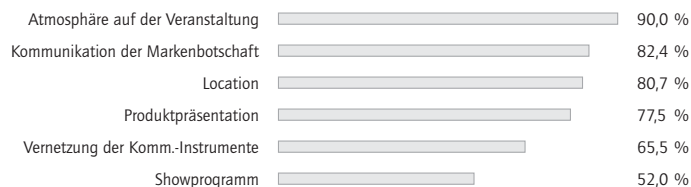
# WORLD OF EVENTS 2007

## Mit emotionalen Botschaften in die Welt des Kunden eindringen

Ob B2B oder B2C: Events sind fester Bestandteil im Kommunikations-Mix. Zurzeit geben Unternehmen ca. 14,2% ihres Marketing-Kommunikation Budgets für Events aus, Tendenz steigend. Doch mehr als zwei Drittel der Marketing-Entscheider halten ihre Markenauftritte für austauschbar. Ein Alarmsignal für Agenturen und Unternehmen.

Worauf es bei der Differenzierung vom Wettbewerb ankommt, zeigt folgende Grafik:

### Differenzierung von Events



[Quelle: Uniplan Live Trends]

Verschaffen Sie Ihren Kunden oder Ihrem Unternehmen einen unverwechselbaren Auftritt. Alles eine Frage des Budgets? Weit gefehlt: Der Schlüssel zum einzigartigen Auftritt sind die weichen Faktoren wie Mensch und Marke. Bieten Sie diesen Merkmalen eine Plattform, die über das eigentliche Event hinaus geht. Vernetzung ist das Gebot der Stunde. Die Folge: Ein neuer Typ Event-Manager ist gefragt. Ein Event-Manager, der die geeigneten Skills mitbringt, um den gesamten Prozess zu meistern.

Auf dem 9. Fachkongress zur «WORLD OF EVENTS 2007» vermitteln Ihnen unsere Event-Experten fundiertes Wissen, praktische Erfahrungen, Tipps, Trends und Perspektiven, damit Sie Ihre zukünftigen Herausforderungen perfekt umsetzen können.

Profitieren Sie von dem Erfahrungsaustausch unter Fachkollegen und starten Sie mit neuen Impulsen in ein erfolgreiches Event-Jahr 2007!

[www.euroforum.de/woe](http://www.euroforum.de/woe)

### Fachmesse: WORLD OF EVENTS 2007

Als Kongress- oder Workshopteilnehmer sind Sie herzlich eingeladen zum Besuch der WORLD OF EVENTS. Die bedeutendste europäische Fachmesse für Event-Marketing bietet einen umfassenden und facettenreichen Branchenüberblick. Mehr als 400 Aussteller präsentieren sich auf über 20.000 Quadratmetern. Neben der Messe bieten die thematisch gegliederten Foren die Chance zum Kennenlernen von Agenturen, Spezial-Dienstleistern, Freelancern und Weiterbildungsanbietern.

Hotels und Locations, Destinations und Incentives, Event-Agenturen, Fach-Medien, Performance, Catering-Unternehmen, Technik- und Ausstattungs-Anbieter, Zelt-Verleiher, Branchen-Verbände, Weiterbildungs-Anbieter und weitere Event-Dienstleister – das Spektrum der WORLD OF EVENTS-Aussteller ist so vielfältig wie die Branche.

# KONGRESSTAG

MITTWOCH, 17. JANUAR 2007

8.30– 9.00

Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Tagungsunterlagen

9.00 – 9.15

**Begrüßung durch EUROFORUM und den Wirtschaftsmoderator**

Ralph Bartels

## Weltweite Trends im Event-Markt 2007

9.15– 10.00

**Die neue Ära der Live-Kommunikation**

- Bedeutungswandel der Marketing-Kommunikation
- Entwicklungsperspektiven der Live-Kommunikation
- Internationalisierung der Live-Kommunikation
- Steuerung des Live-Kommunikation Mixes

Dagobert Hartmann, Director Consulting & Research, Uniplan International

10.00–10.30

**How is MPI transforming the meetings industry?**

- How is MPI transforming the meetings industry through education and research, including MPI Member Solutions, the development of personal skills assessment and Culture Active tool
- The development of MPI Foundation

Sébastien Tondeur, Director, MCI and President for the European Council 2006/2007 of MPI [dieser Vortrag wird in englischer Sprache gehalten]

Kommunikationspause mit Kaffee und Tee [10.30–11.00]

## Außergewöhnliche Events auch mit kleinem Budget

11.00–11.45

**Erfolg durch Konzentration auf das Wesentliche**

- Die Kraft des Denkens
- Konzentration auf den Augenblick
- Intuition und Einsatz der richtigen emotionalen Power
- Natürliches Gleichgewicht von Körper und Geist
- Achtsamkeit – die Realität bewusst erleben

Gerhard Conzelmann, geschäftsführender Gesellschafter, C&P Gruppe



Live on stage: **Shao Lin Mönche aus China**

11.45–12.15

**Die Migros M-Budget Erfolgsstory: von der Billigmarke zum Kult**

- Grundidee und Konzept von M-Budget innerhalb der Migros
- Ziele und Zielgruppen: Junge Kunden früh abholen und emotional an die Marke binden
- Party Konzept: angesagte Clubs, CHF 9.90 und gratis Softdrinks
- Kommunikation: Dialog mit den Zielgruppen und Einsatz von günstigen Alternativmedien
- Kultprodukte im Umfeld der M-Budget Partys

Martin Koch, Inhaber, Premotion GmbH

12.15–12.45

**Corporate Event – und wo bleibt die Story?**

- Wichtigkeit der Story innerhalb des Produkte Marketing-Mixes
- Wie finden Sie eine gute Geschichte?
- Wo und wie wird Corporate-Event-Geschichte geschrieben?
- Vermittlung emotionaler Werte trotz Einhaltung von Gesetzen

Bernadette Heim, Leitung Event Management, Roche Pharma (Schweiz) AG

12.45–13.00

**Diskussion mit Referenten und Teilnehmern**

Gemeinsames Mittagessen,

Gelegenheit zum Messebesuch [13.00–14.30]

## Die Kraft des Storytellings erfolgreich nutzen

14.30–15.00

**7 Geheimnisse der Psychologie für erfolgreiche Events**

- Experimente der psychologischen Forschung über menschliche Werte, Spiritualität, Männer & Frauen, Sex, Herz und Hirn ...
  - ... und was das mit einer gelungenen Veranstaltung zu tun hat
- Stephan Meyer, Inhaber und Denkwart, Denkstelle Unternehmensentwicklung

15.00–15.30

**«Märchenhaft einzigartig» – Neue Erzählkultur am Beispiel Swarovski Kristallwelten**

- Fiktion «unikater Produktmärchen» im Mittelpunkt kommunikativer Bemühungen
- Generierung moderner Einzigartigkeitsmythen



Ralph Bartels



Dagobert Hartmann



Sébastien Tondeur



Gerhard Conzelmann



Martin Koch



Bernadette Heim



Stephan Meyer

- Grundmuster einer ökonomisch erfolgreichen Erzählkultur  
**Dr. Andreas Braun**, Geschäftsführer der Swarovski Kristallwelten und Head of Communication weltweit, Swarovski AG

Kommunikationspause mit Kaffee und Tee [15.30–16.00]

## Gesellschaftliches Engagement steigert den Unternehmenswert

16.00–16.30

### Einfluss von Corporate Social Responsibility auf die Reputation von Unternehmen

- Unternehmensreputation als Ziel der CSR Kommunikation
- Massenmedien und Reputationsbildung
- Wahrnehmung und Beurteilung von CSR durch Journalisten und Analysten
- Potenziale von CSR für das Unternehmen  
**Ina zur Oven-Krockhaus**, Leiterin Markenkommunikation, TUI AG

16.30–17.00

### Von «Corporate Bullshit» zu Corporate Culture

- Von der Phrase hin zu den wichtigsten Aspekten für den Unternehmenserfolg
- CSR: gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen und gleichzeitig die monetären und nicht monetären Werte des Unternehmens nachhaltig steigern
- Umsetzung der CSR in Konzernen anhand von Praxisbeispielen  
**Hans Reitz**, creative director und Agenturinhaber, circ corporate experience gmbh & co. kg

In Kooperation mit **BlachReport**

17.00–17.15

### Zusammenfassung der Ergebnisse durch den Moderator **Ralph Bartels**

17.15

### Ende des ersten Veranstaltungstages

Zum Abschluss des ersten Veranstaltungstages laden EUROFORUM und die «WORLD OF EVENTS» Sie herzlich zu der WOE-Night im Kurhaus Wiesbaden ein. Eine ideale Gelegenheit, neu geknüpfte Kontakte zu vertiefen, Erfahrungen auszutauschen und offene Fragen zu diskutieren.

## WORKSHOPTAG

DONNERSTAG, 18. JANUAR 2007

Am zweiten Veranstaltungstag finden parallele Workshops statt. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt. Jeder Teilnehmer hat die Gelegenheit, sein Wissen zu ausgewählten Aspekten des Event-Marketings zu vertiefen.

- ! **Mit Top-Workshopunterlagen und vielen Checklisten für Ihre Arbeitspraxis!**

### Workshop 1

#### Einsparmöglichkeiten im Veranstaltungsbereich

- Kostenarten: Mit welchen Kosten muss ich bei Veranstaltungen rechnen?
- Einnahmearten: Welche Möglichkeiten stehen bei welchen Veranstaltungen zur Verfügung, um Einnahmen zu generieren?
- Kostenfallen: erkennen und vermeiden  
**Melanie von Graeve**, Inhaberin, DKTS

### Workshop 2

#### Management von Incentive-Maßnahmen

- Welche Arten von Incentives gibt es?
- Faktoren des Incentive-Erfolgs
- Was gilt es bei der Planung einer Incentive-Maßnahme zu beachten?
- Trends und Tendenzen am Beispiel einer Incentive-Aktion  
**Tanja Knecht**, Managing Director, Knecht Public Relations & Consulting

### Workshop 3

#### Das Zusammenspiel von PR und Event – Kleiner Etat, große Wirkung

- PR ist der Schlüssel zu positivem Image und Bekanntheit erfolgreicher Events
- Kosten reduzieren durch Werbekooperationen
- PR-Services gut, aber kostengünstig einkaufen
- Es muss nicht immer Kaviar sein: «Schlanke» PR-Bausteine  
**Stefan Slaby**, Geschäftsführer, rot network

In Kooperation mit dem IST-Studieninstitut für Kommunikation



Dr. Andreas Braun



Ina zur Oven-Krockhaus



Hans Reitz



Melanie von Graeve



Tanja Knecht



Stefan Slaby



Dr. Hans Geißlinger

#### Workshop 4

##### Berichte aus dem Reich des «Story Dealing» – Überfälle auf die Wirklichkeit

- Wenn ich im Dunkeln sitze zünde ich mir einen Traum an, denn die Sehnsucht ist der Anfang von allem
- Was, um Himmels Willen, ist ein «Urolisk»???
- Über ein Buch, ein Ei und einen Drachenflug durch Österreich
- Wie wird man Story Dealer?

Dr. Hans Geißlinger, Gesellschafter/Bereich Strategie & Inszenierung,  
Expedere Berlin GbR

#### Workshop 5 [ganztägig]

##### Groß(artig)e Events trotz kleiner Budgets – So inszenieren Sie auch ohne Millionenbudgets Events, die in Erinnerung bleiben!

###### ! Wegen großer Nachfrage auch 2007 im Programm!

- Was macht «groß(artig)e Events» aus?
  - Inszenierung von Events – Drehbücher mit erfolgreicher Dramaturgie
  - Notwendigkeit origineller und kreativer Event-Ideen für Alleinstellung und Attraktion
  - Wie man es schafft ...
    - ... anders als die Anderen zu sein
    - ... besser als die Anderen zu sein
    - ... anpassungsfähiger und kreativer zu sein
  - Möglichkeiten zur Kosteneinsparung
  - Einbindung von Partnern und Sponsoren
  - Zusammenarbeit mit speziellen Institutionen
  - Beteiligung an bestehenden Veranstaltungen
  - Steigerung der Attraktivität und des Event-Erfolgs durch Zusammenarbeit mit Print- und Elektronikmedien
- Gerhard Conzelmann, geschäftsführender Gesellschafter, C&P Gruppe

#### ZEITLICHER RAHMEN DES ZWEITEN TAGES

- 8.30 Empfang mit Kaffee und Tee, Ausgabe der Workshop-Unterlagen
  - 9.00 Beginn der Workshops am Vormittag
  - 12.00 Gemeinsames Mittagessen, Gelegenheit zum Messebesuch
  - 14.00 Beginn der Workshops am Nachmittag
  - 17.00 Ende der Veranstaltung
- Am Vor- und Nachmittag wird je eine Kaffeepause flexibel eingeplant.

#### Stimmen der Teilnehmer 2006

- «Die Bandbreite der Vorträge sowie die knappen, aber aussagefähigen Impulse, sind ein wertvoller Beitrag für meine Arbeit.» *W. Spatz, Deutsche Bank*
- «Interessant, lehrreich, praxisnah, ein Muss für Event-Leute!» *K. Miske, Citigate SEA*
- «Sehr interessante Themen werden in 30 Minuten angerissen. Für die Vertiefung der Fachthemen empfehlen sich sicherlich die Workshops.» *J. Großmann, Antenne Radio*

INFOLINE 02 11 / 96 86 – 36 36

Haben Sie Fragen zu dieser Veranstaltung?  
Wir helfen Ihnen gern weiter.

Ingrid Littek (Fachgruppenleiterin)

Meike Lindlahr (Senior-Konferenz-Assistentin)

E-Mail: [meike.lindlahr@euroforum.com](mailto:meike.lindlahr@euroforum.com)

 [www.euroforum.de/woe](http://www.euroforum.de/woe)

#### UNSERE MEDIENPARTNER

**BlachReport**

REPORT



LOCATION

Das Management-Magazin für die MICE-Industrie  
**events**  
Meetings, Incentives, Congresses, Exhibitions

**EVENT PARTNER**



#### SPONSOR DER TECHNIK

Von Messestand bis Konferenz und Bühnenshow, von Laufsteg bis Gala-Event bieten wir Ihnen alles. Wir setzen Ihr Ereignis ins rechte Licht, beleben es mit allen Möglichkeiten moderner Medientechnik, wir schaffen individuelle Erlebniswelten, über die Ihre Besucher und Kunden sprechen!

#### BTL Veranstaltungstechnik –

BERLIN DÜSSELDORF MÜNCHEN POZNAŃ



[Kenn-Nummer]

17. und 18. Januar 2007, Rhein-Main-Hallen Wiesbaden  
Rheinstraße 20, 65185 Wiesbaden, Telefon: 06 11/144-0

37 VM

**FAXANTWORT AN: 02 11/96 86 - 40 40**

Ja, ich/wir nehme(n) teil:

- Kongress und Workshoptag** (inkl. Fachmesse/WOE Night) **am 17. und 18. Jan. 2007**  
zum Preis von € 1.499,- zzgl. MwSt. p. P. [P1101276M012]  
Ich wähle **zwei Workshops**      **oder Workshop** (ganztätig)
- Kongresstag** (inkl. Fachmesse/WOE Night) **am 17. Januar 2007**  
zum Preis von € 1.099,- zzgl. MwSt. p. P. [P1101276M100]
- Workshoptag** (inkl. Fachmesse/WOE Night) **am 18. Januar 2007**  
zum Preis von € 1.099,- zzgl. MwSt. p. P. [P1101276M200]  
Ich wähle **zwei Workshops**      **oder Workshop** (ganztätig)   
[Ich kann jederzeit ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer benennen.]  
[Im Preis sind ausführliche Tagungsunterlagen enthalten.]
- Ich kann nicht teilnehmen. Senden Sie mir bitte die **Tagungsunterlagen**  
zum Preis von € 299,- zzgl. MwSt.  
[Lieferbar ab ca. 2 Wochen nach der Veranstaltung.]
- Ich möchte **meine Adresse wie angegeben korrigieren** lassen.  
[Wir nehmen Ihre Adressänderung auch gerne telefonisch auf: 02 11/96 86 - 33 33.]

## ANMELDUNG UND INFORMATION

per Fax: +49 (0)2 11/96 86-40 40

telefonisch: +49 (0)2 11/96 86-36 36  
[Meike Lindlahr]

Zentrale: +49 (0)2 11/96 86-30 00

per E-Mail: [anmeldung@euroforum.com](mailto:anmeldung@euroforum.com)  
[info@euroforum.com](mailto:info@euroforum.com)

im Internet: [www.euroforum.de/woe](http://www.euroforum.de/woe)

schriftlich: **EUROFORUM Deutschland GmbH**  
Postfach 11 12 34, 40512 Düsseldorf

## ZIMMERRESERVIERUNG

In folgendem Hotel steht Ihnen ein begrenztes Zimmerkontingent zum ermäßigten Preis zur Verfügung. Bitte nehmen Sie die Zimmerreservierung direkt im Hotel unter dem Stichwort „EUROFORUM/WORLD OF EVENTS“ vor.

**Dorint Sofitel Pallas Wiesbaden**  
Auguste-Viktoria-Straße 15,  
65185 Wiesbaden,  
Telefon: 0611/33 06-0

Name 1:	Name 2:
Position:	Position:
Abteilung:	Abteilung:
E-Mail:	E-Mail:
Firma:	
Ansprechpartner im Sekretariat:	
Anschrift:	
Telefon:	Fax:
Rechnung an (Name):	
Abteilung:	
Anschrift:	

**TEILNAHMEBEDINGUNGEN.** Der Teilnahmebetrag für diese Veranstaltung inklusive Tagungsunterlagen, Mittagessen und Pausengetränken zzgl. MwSt. pro Person ist nach Erhalt der Rechnung fällig. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Bestätigung. Die Stornierung (nur schriftlich) ist bis 14 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenlos möglich, danach wird die Hälfte des Teilnahmebetrages erhoben. Bei Nichterscheinen oder Stornierung am Veranstaltungstag wird der gesamte Teilnahmebetrag fällig. Gerne akzeptieren wir ohne zusätzliche Kosten einen Ersatzteilnehmer. Programmänderungen aus dringendem Anlass behält sich der Veranstalter vor.

**IHRE DATEN.** Ihre Daten werden von der EUROFORUM Deutschland GmbH und Partnerunternehmen zur Organisation der Veranstaltung verwendet. Wir werden Sie gerne künftig über unsere Veranstaltungen informieren. Mit Ihrer Unterschrift geben Sie Ihre Einwilligung, dass wir Sie auch per Fax, E-Mail oder Telefon kontaktieren sowie Ihre Daten mit anderen Unternehmen (insb. der Informa plc) in Deutschland und international zu Zwecken der Werbung austauschen dürfen. Sollten Sie die Einwilligung nicht in dieser Form geben wollen, so streichen Sie bitte entsprechende Satzteile oder setzen sich mit uns in Verbindung [Tel.: 02 11/96 86 - 33 33]. Diese Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden. Sie können der Verwendung Ihrer Daten zu den genannten Zwecken jederzeit widersprechen.

Datum:	Unterschrift:
--------	---------------

Beschäftigtenzahl an Ihrem Standort:  bis 20  21-50  51-100  101-250  251-500  501-1000  1001-5000  über 5000



**FAXANTWORT AN MEIKE LINDLAHR: 02 11/96 86 - 40 40**