

## ANBIETERINFORMATIONEN

Erleben Sie die wahrscheinlich erfolgreichste Marketingveranstaltung der Hauptstadt im MICE-Segment und treffen Sie bis zu 150 qualifizierte und sorgfältig ausgewählte Entscheider aus der Kongress- und Tagungsindustrie!



<b>150 Kunden</b>	erwartete Buyer zum Meeting Place Berlin
<b>x 100 Personen</b>	Zulassungskriterium: mindestens eine Veranstaltung mit 100 Teilnehmern
<b>x 2 Tage</b>	durchschnittliche Veranstaltungsdauer
<b>x 246,00 €</b>	Durchschnittsausgaben pro Person und Tag

**= mind. 7.380.000,00 € Jahresumsatz warten auf Sie!**

**NATIONALE UND INTERNATIONALE KUNDEN  
MIT ENTSCHEIDUNGS- UND KAUFKRAFT  
TREFFEN AUF LOKALE ANBIETER.**

### KONTAKT/CONTACT:

pcma gmbh  
Crellestraße 21  
10827 Berlin | Germany  
Tel. +49 (0)30 767684-0  
Fax +49 (0)30 767684-29  
info@meeting-place-berlin.de

### VERANSTALTER / ORGANISER:

**visit** Berlin  
Convention Office

## EIN DUTZEND GUTE GRÜNDE FÜR DEN MEETING PLACE BERLIN 2019

- **Hohe Kaufkraft der Kunden:** Treffen Sie auf ein Einkaufspotential von mind. 7,38 Mio. EUR!  
Am Meeting Place Berlin nahmen Kunden teil, die Fachveranstaltungen mit über 10.000 Teilnehmern verantworten. Die 7,38 Mio. EUR Jahresumsatz stellen daher einen Mindestumsatz dar, wenn wirklich nur Kunden mit Veranstaltungen von exakt 100 Teilnehmern kämen. Das tatsächliche Potential liegt weitaus höher!
- **Sorgfältige Qualifizierung:** Treffen Sie echte Kunden!  
Nicht jeder darf als Buyer am Meeting Place Berlin teilnehmen. Bei der Anmeldung müssen die Kunden Referenzveranstaltungen angeben. Diese Referenzangaben werden von uns auf ihre Richtigkeit überprüft, indem wir mit einem neutralen Dritten – beispielsweise dem Veranstaltungsort – Kontakt aufnehmen und uns die Angaben bestätigen lassen.
- **Strenge Zulassungskriterien:** Treffen Sie nur Einkäufer der Meeting Industrie!  
Berücksichtigt werden nur Kunden, die in den letzten 5 Jahren Fachveranstaltungen mit mindestens 100 Teilnehmern oder Incentives mit mindestens 100 Übernachtungen durchgeführt haben.
- **Fokussierung auf Neukunden:** Treffen Sie immer wieder neue Kunden!  
Meeting Place Berlin hat das Neukundengeschäft im Fokus, d.h. Teilnehmer vergangener Veranstaltungen werden frühestens nach vier Jahren wieder zugelassen und dann auch nur über frei werdende Wartelistenplätze.
- **40% nationale und 60% internationale Kunden:** Treffen Sie auf internationale Kunden!  
Die vergangenen Meeting Place Berlin Veranstaltungen haben gezeigt, dass ein hoher Anteil internationaler Kunden Veranstaltungen in Berlin platzieren möchte. (Vgl. Meeting Place Berlin 2017: 83 % internationale Fachbesucher aus 28 Ländern und 6 Kontinenten)
- **Termine von Kunden gewählt:** Treffen Sie Kunden, die an Ihnen Interesse haben!  
Die Kunden haben die Möglichkeit zu wählen, mit welchen Anbietern sie eins-zu-eins Gespräche führen möchten. Nutzen Sie als Anbieter die komfortable Situation von einem Kunden angesprochen zu werden, der direkt an Ihnen interessiert ist!
- **20 garantierte Termine:** Treffen Sie mindestens 20 Kunden im eins-zu-eins Gespräch!  
Maximal sind 40 Termine möglich.
- **Profile der Kunden einsehbar:** Treffen Sie Kunden, von denen Sie schon einiges wissen!  
Nachdem der Kunde seinen Terminwunsch fixiert hat, können Sie das Profil des Kunden online einsehen. Neben den Kontaktdaten erhalten Sie Informationen, welche Veranstaltungen der Kunde bereits verantwortet hat und welche er u. U. sogar aktuell in Berlin plant.
- **Netzwerkmöglichkeiten ohne Ende:** Treffen Sie Kunden im „privaten“ Rahmen!  
Drei Abende können Sie gemeinsam mit den Kunden verbringen. Zeit genug, Ihre Kontakte zu vertiefen und über eine geschäftliche Verbindung hinaus auch persönliches Vertrauen zu schaffen.
- **Außergewöhnliches Veranstaltungskonzept:** Treffen Sie Kunden in deren Büro-Lounges!  
Die Kunden haben jeweils separat eingerichtete Büro-Lounges, in denen sie von Ihnen besucht werden. Somit ist dies auch für Sie ein ganz neues Veranstaltungserlebnis, da Sie als Anbieter von Kunde zu Kunde gehen.
- **Internetseite mit hohem Nutzungsgrad:** Präsentieren Sie sich automatisch im Internet!  
Zugriffsraten mit z.T. über 20.000 pro Monat und eine durchschnittliche Verweildauer von über 8 Minuten verdeutlichen, dass die Veranstaltungswebsite [www.meeting-place-berlin.de](http://www.meeting-place-berlin.de) ein guter Ort ist, sich im Internet zu präsentieren.
- **Destination Berlin im Fokus:** Treffen Sie Kunden mit Interesse an Berlin!  
Meeting Place Berlin konzentriert sich konsequent auf die Vermarktung der deutschen Hauptstadt. Die Kunden, die sich anmelden, bekunden damit auch ihr Interesse, mit einer ihrer Veranstaltungen nach Berlin zu kommen.

## WER STEHT HINTER MEETING PLACE BERLIN?

Meeting Place Berlin wird vom Geschäftsbereich Berlin Convention Office der Berlin Tourismus & Kongress GmbH in Kooperation mit dem *visitBerlin* Partnerhotels e.V. und dem *visitBerlin* Convention Partner e.V. veranstaltet. Aufgabe des Berlin Convention Offices ist es, Berlin als Standort für nationale wie internationale Kongresse, Tagungen und Incentives zu etablieren. Zu diesem Zweck akquiriert und informiert das BCO weltweit Veranstalter und Entscheider aus Verbänden, Unternehmen und Agenturen.

## WAS IST MEETING PLACE BERLIN?

„Meeting Place Berlin“ ist DIE Plattform für Entscheider aus der Kongress- und Tagungsindustrie und dient der Akquisition von Kongressen sowie ähnlichen Veranstaltungen für die Stadt Berlin. Im Wesentlichen gliedert sich die Veranstaltung in drei Teile:

1. Die Qualifizierung von umsatzstarken Buyern (Fachbesuchern),
2. die Durchführung einer exklusiven Veranstaltung über vier Tage zur Präsentation Berlins als Kongress- und Tagungsdestination,
3. die zentrale und permanente Pflege der Daten potentieller Kunden für ein langfristiges Kongressmarketing.

Ziel ist es, die Anzahl mehrtägiger Veranstaltungen mit über 100 Teilnehmern in Berlin zu steigern und den daraus resultierenden Umsatz auf lokale Anbieter zu verteilen. Dafür werden max. 150 nationale und internationale Veranstalter und Organisatoren (Buyer) dieser Bereiche ausgewählt:

- Internationale und nationale Verbände und Organisationen
- Internationale und nationale Firmen
- Internationale und nationale Professional Congress Organiser und Agenturen

Die Kunden werden als Buyer nach Berlin eingeladen, um vor Ort auf max. 50 vorher ausgewählte und geeignete lokale Anbieter (Verkäufer) aus verschiedenen Kategorien zu treffen.

Während der Veranstaltung, die über vier Tage andauert, finden eins-zu-eins Gespräche zwischen Buyern und Verkäufern, Berlin-Incentives, Site Inspections und mehrere Abendveranstaltungen statt.

Jeder dieser Tage unterliegt einem bestimmten Thema:

### **Meet Professionals Day:**

Am Meet Professionals Day treffen die Buyer für eins-zu-eins Gespräche auf die lokalen Anbieter. Die Besonderheit dieses Workshops ist, dass die Buyer Büro-Lounges haben und dort von den Anbietern, mit denen im Vorfeld Termine vereinbart wurden, besucht werden.

Für den Meet Berlin Day und den Meet Professionals Day werden die Buyer in zwei Gruppen eingeteilt. Diese nehmen die Programmteile abwechselnd an zwei verschiedenen Tagen wahr. Somit wird der Workshop an zwei Tagen stattfinden: Freitag, 12. Juli und Samstag, 13. Juli 2019.

### **Meet Berlin Day:**

Am Meet Berlin Day präsentieren wir den Buyern eine Auswahl an Aktivitäten und Incentives rund um ihre Veranstaltungen. An diesem Tag wird der Charme der Hauptstadt gezeigt und ein „Berlin-Gefühl“ erzeugt werden.

### **Meet Facilities Day:**

Am Meet Facilities Day werden verschiedene Site Inspection-Touren angeboten. Die Hosted Buyer können sich ihr individuelles Programm - entsprechend ihrer Bedürfnisse - selbst zusammenstellen. Zudem werden themenspezifische Stadtführungen angeboten.

### **Abendveranstaltungen: Berlin Welcome, Berlin Farewell und mehr**

Während der gemeinsamen Abendveranstaltungen ist ebenfalls ausreichend Zeit für Networking vorgesehen.

Meeting Place Berlin ist ein präzise organisiertes Forum, welches es ermöglicht, eine Vielzahl hochqualifizierter Geschäftskontakte auf nationaler und internationaler Ebene anzubahnen. Seit Einführung der Veranstaltung hat sich das Tagungs- und Kongressgeschäft in Berlin kontinuierlich verbessert. Die Hauptstadt ist heute *die* bedeutendste Kongressdestinationen weltweit und erfreut sich immer größerer Beliebtheit. Nicht zuletzt durch den Meeting Place Berlin.

## DIE ERFOLGSGESCHICHTE „MEETING PLACE BERLIN“!

Den ersten Meeting Place Berlin veranstaltete das BCO im Sommer 2005. Die große Nachfrage und das positive Feedback sowohl bei den nationalen wie internationalen Kunden als auch bei den Anbietern vor Ort führten zu einer Erweiterung des Konzeptes. So wurden, ergänzend zum Meeting Place Berlin, zwei kleinere Veranstaltungsvarianten, Meeting Place Berlin special edition im Herbst 2005 und Sommer 2006, organisiert. Der nächste „reguläre“ Meeting Place Berlin fand im Sommer 2007 statt und begeisterte von Neuem alle Beteiligten. Mit dem Meeting Place Berlin im Sommer 2009, 2011, 2013, und 2015 setzte die Veranstaltungsreihe des BCO ihre Erfolgsgeschichte fort und verzeichnete erneut Bestnoten.



Der letzte Meeting Place Berlin fand im Sommer 2017 statt. Die Gesamtnoten von 1,6 seitens der Hosted Buyer und 1,7 seitens der Anbieter zeigt die ungewöhnlich hohe Akzeptanz der Veranstaltung bei allen Beteiligten. Berlin konnte mit seinen vielfältigen und einzigartigen Facetten erneut überzeugen. An vier Veranstaltungstagen wurde 121 nationalen und internationalen Fachbesuchern ein Querschnitt der unterschiedlichsten Veranstaltungsmöglichkeiten in der Hauptstadt gezeigt. Nicht nur bei unseren Partnern, den regionalen Anbietern, sondern auch bei den nationalen und internationalen Buyern hat sich Meeting Place Berlin zur weltweit bekannten und erfolgreichen Marke in einer global agierenden Branche entwickelt.

## DAS PROGRAMM DES „MEETING PLACE BERLIN 2019“ IM ÜBERBLICK

Do., 11.07.2019	„Meet and Greet“ – Anreise der Buyer und Empfang im gastgebenden Hotel* <b>„Berlin Welcome“</b> – gemeinsame Eröffnungsveranstaltung
Fr., 12.07.2019	Bis zu 75 Buyer: <b>„Meet Professionals Day“</b> – Workshop Bis zu 75 Buyer: „Meet Berlin Day“ – Berlin-Incentive* anschließend Freizeit – Zeit für individuelle Visits mit den Anbietern <b>„Berlin Night“</b> – gemeinsame Abendveranstaltung mit Networking
Sa., 13.07.2019	Bis zu 75 Buyer: <b>„Meet Professionals Day“</b> – Workshop Bis zu 75 Buyer: „Meet Berlin Day“ – Berlin-Incentive* anschließend Freizeit – Zeit für individuelle Treffen mit den Anbietern „Berlin Gourmet“ – Abendessen bei den gastgebenden Hotels*
So., 14.07.2019	„Meet Facilities Day“ – verschiedene Site Inspection Touren* „Berlin Lunch“ – Mittagessen anschließend verschiedene Sightseingtouren oder Freizeit. – Zeit für individuelle Treffen mit den Anbietern <b>„Berlin Farewell“</b> – gemeinsame Abschlussveranstaltung mit Networking
Mo., 15.07.2019	Abreise der Buyer oder individuelle Termine*

\* Texte in grau zeigen Programmpunkte, die ausschließlich den Kunden vorbehalten sind

ÄNDERUNGEN VORBEHALTEN!

## IHR ANSPRECHPARTNER BEI DER DURCHFÜHRENDEN AGENTUR PCMA GMBH



Frau Sara Werner [info@meeting-place-berlin.de](mailto:info@meeting-place-berlin.de)

Tel.: 030 / 7676 84-19

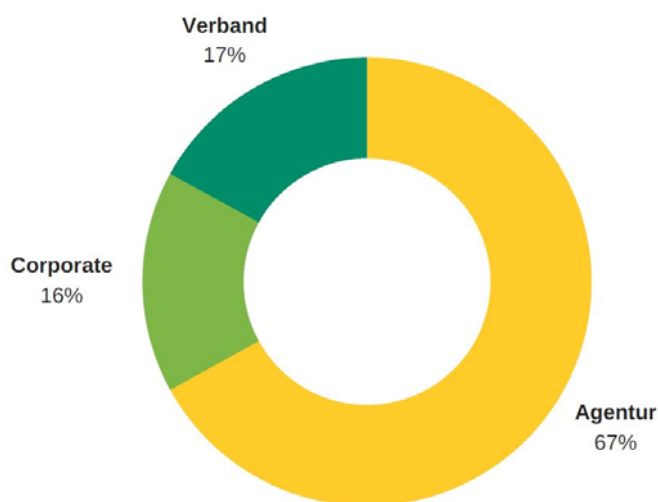
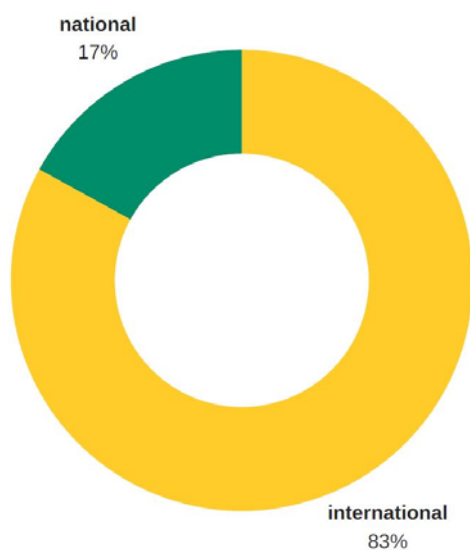
## STATISTIK - DES MEETING PLACE BERLIN 2017

Insgesamt haben 121 Fachbesucher aus 29 Ländern am Meeting Place Berlin 2017 teilgenommen.

%	Land	TN-Zahl
1,7%	Ägypten	2
1,7%	Australien	2
2,5%	Austria	3
3,3%	Belgien	4
0,8%	Bosnien und Herzegowina	1
2,5%	Brasilien	3
2,5%	China	3
17,4%	Deutschland	21
8,3%	Frankreich	10
0,8%	Griechenland	1
0,8%	Hong Kong	1
3,3%	Indien	4
3,3%	Isreal	4
5,8%	Italien	7
0,8%	Malaysia	1

%	Land	TN-Zahl
0,8%	Mexiko	1
0,8%	Neuseeland	1
2,5%	Niederlande	3
1,7%	Polen	2
3,3%	Schweiz	4
0,8%	Singapore	1
3,3%	Spanien	4
0,8%	Tschechische Republik	1
3,3%	Türkei	4
2,5%	Ukraine	3
1,7%	Ungarn	2
0,8%	Vereinigte Arabische Emirate	1
5,8%	Vereinigte Staaten von Amerika	7
16,5%	Vereinigtes Königreich	20
<b>100%</b>	<b>28 Länder</b>	<b>121</b>

Zum Meeting Place Berlin 2017 war der Anteil an internationalen Fachbesuchern so hoch wie nie zuvor. Es waren 83 % internationale Fachbesucher vertreten, das war ein Anstieg von 16 % im Vergleich zur vergangenen Veranstaltung. Die insgesamt 100 internationalen Fachbesucher reisten aus 28 unterschiedlichen Ländern an, die sich auf 6 Kontinente verteilen.



## Anbieterstimmen:

---

„Ich finde das Format der Veranstaltung wirklich sehr gut. Kunden nach Berlin zu bringen und ihnen sowohl die Gelegenheit zu geben, sich Locations, Hotels und die Stadt selbst, mit ihrer Vielzahl von Angeboten und "Gesichtern" anzusehen und diese zu erleben ist hervorragend. Für beide Seiten ein Gewinn, denn die Möglichkeiten, von der Destination zu überzeugen, die häufig ausschlaggebend für die Entscheidung eines Geschäfts ist, sind für ein Hotel begrenzt während individueller Verkaufsreisen oder bei Teilnahme an regulären Messen. An dem Konzept sollte bitte unbedingt festgehalten werden. Besonders gefallen hat mir wieder einmal der Umfang und die Länge des Meeting Place Berlin. Die Farewell Party auf einem "Playground" wie BeachMitte, am letzten Tag stattfinden zu lassen ist fantastisch, denn nach 3 Tagen kennen sich "beide" Seiten so gut, dass man innerhalb des gebotenen Rahmens gemeinsam feiern und loslassen kann.“

*(Maria Hoffmeister - InterContinental Hotels Group)*

„Zielgerichtete Kommunikation. Die gesamte Stimmung hat zum Netzwerken angeregt! Abwechslungsreiches Programm und die perfekte Gelegenheit gute Kontakte zu knüpfen. Tolle Organisation!“

*(Josephine Kutsche - WISTA MANAGEMENT GMBH)*

„Die Möglichkeit, auch außerhalb der Termine mit den Hosted Buyern in Kontakt zu treten. Die Band in der Classic Remise war wirklich sehr gut! Insgesamt eine sehr professionelle Organisation, bei der man sich auch als Aussteller sehr gut von den Organisatoren betreut gefühlt hat. Die Bolle Festsäle waren wieder eine tolle Location für die Meetings! Alles hat immer sehr gut geklappt und alle Timings wurden eingehalten.“

*(Marilyn Hirling – heretonow GmbH)*

„Ich war das dritte Mal dabei. Die Locations beim Meeting Place sind immer erste Klasse. Das Mittagessen in den Bolle Festsälen war international, sodass für jeden Geschmack etwas dabei war. Mir hat es geschmeckt. Die Termine mit den Hosted Buyern waren gut ausgewählt. Somit bestand meist ein hohes Interesse an Informationen zum DB-Veranstaltungsticket.“

*(Markus Winter – Deutsche Bahn AG)*

## Kundenstimmen:

---

„The professionalism and efficiency of the event allowed me to feel that I have a deep understanding of the outstanding meeting capabilities of the city. I feel that I saw what I needed to see in order to "envision" an AED International Conference in the city, and have in fact recommended it. I found the representatives warm, hospitable, knowledgeable - it was the best organized familiarization trip I have been on and over 40 years I've been on dozens and dozens. I was surprised by Berlin - I had an impression before the visit, and my impression didn't begin to do justice to this edgy, different, wonderful city. I like the can-do spirit in the city!“

*(Elissa Myers - Academy for Eating Disorders -AED-)*

„Meeting Place Berlin was perfectly organized and very interesting, a very new approach for me, not like IMEX and IBTM, but 100 times better. I have gained so many contacts and friends during these days, and have had a chance to get to know different suppliers not only on appointments, but also during the evenings. “

*(Oleksandr Bodziurei - BCD Travel Ukraine)*

„A beautiful city with incentive potential. Excellent for younger IT clients who are seeking a hip, creative experience with some history on the side. Very impressed with the pride that Berliners take in their "new" united city. The event was extremely well-produced and executed, ground staff and coaches were first rate. I also liked that our large group was regionalized into smaller groups, so it was easier to make friends. You also introduced to concepts I would never have guessed to find in Berlin, i.e. beaches, graffiti as art, and river cruises. Thank you!!“

*(Glenn Corner - Enterprise Events Group, Inc.)*