

## Netzwerke siegten beim dritten Meeting Business Award

Zum dritten Mal wurde der Meeting Business Award (MBA) vergeben für innovative Ansätze bei Mitarbeiter- und Kundenveranstaltungen. Die Preisverleihung fand im Rahmen einer Gala mit 212 Gästen am 10. November 2002 im Tagungs- und Event-Hotel Freizeit In in Göttingen statt.

Um die mit Veranstaltungs-Arrangements des Hotels Freizeit In in Höhe von insgesamt 50.000 Euro dotierte Auszeichnung bewarben sich 117 Unternehmen, Veranstaltungs- und Event-Agenturen.

In der Kategorie „Kundenveranstaltungen“ vergab die Jury gleich zwei erste Preise. Das scalaria Event-Resort aus dem österreichischen St. Wolfgang erhielt die Siegerehrung für eine Kennenlern-Erlebnis-Reise unter dem Motto „lemontree@scalaria“.

Inhaber Peter Gastberger hatte seine wichtigsten Umsatz-Multiplikatoren dazu eingeladen. Als zweiter Sieger ausgezeichnet wurde die von der Agentur face to face GmbH aus Mönchengladbach für das Pharmaunternehmen Pfizer realisierte Informations-Tour „Die graue Brille“: Eine Kundenveranstaltung, bei der es galt, das nur schwer greifbare Thema Depression bei Ärzten transparent zu machen.

Auch der „Sonderpreis der Jury“ wurde für ein besonders zielgerichtetes und wirksames Kundennetzwerk-Vorgehen verliehen. Michael Schuster, Geschäftsführer der Halle-Tourist e.V., reduzierte sein Destinations-Marketing nicht auf die Verteilung bunter Prospekte, sondern bezog sein wichtigstes Kundensegment aktiv in eine Event-Folge ein: Das seit 1998 Jährlich organisierte „Busfahrer-Treffen in Halle an der Saale“.

Mit dem Meeting Business Award (MBA) der Kategorie „Mitarbeiter-Veranstaltungen“ würdigte die Jury die „Netzwerkveranstaltung auf Kreta“, die die nextpractice GmbH (Bremen) für die Vertriebsmannschaft der Altana Pharma Business Unit Deutschland realisierte.

Otto war bereits mit seinem „International High Potential Network“ Sieger der Kategorie Mitarbeiter-Veranstaltungen des letztjährigen Meeting Business Award. Das preisgekrönte Projekt wurde vom Grundsatz unverändert beibehalten, „lediglich“ die Location und inhaltlichen Mechanismen änderten sich. Mit „Gold Cuts“ wurden 16 Top-Führungskräfte aus aller Welt aufgefordert, eine eigenständige Filmproduktion auf Profi-Niveau zu realisieren, die dann während der Internationalen Filmfestspiele in Berlin zur Uraufführung kam.

Die MBA-Juroren wollten keine Wieder-holungsprämierung, jedoch ein deutliches Zeichen für die „großartige konzeptionelle Idee und Realisation“ aussprechen, das zudem die Beständigkeit und Wirksamkeit der Otto International Academy-Aktivitäten würdigt, und entschieden sich für einen erstmals verliehenen „Meeting Business Honorary Award“.

Für das Jahr 2003 kündigte MBA-Veranstalter Heinz-Frank zu Franken die europaweite Ausschreibung an. Die Bewerbungs-Unterlagen sollen ab Januar 2003 verfügbar sein. Teilnahmeschluss ist wieder der 12. Juli. Infos zum Award unter [www.mba-im.net](http://www.mba-im.net).