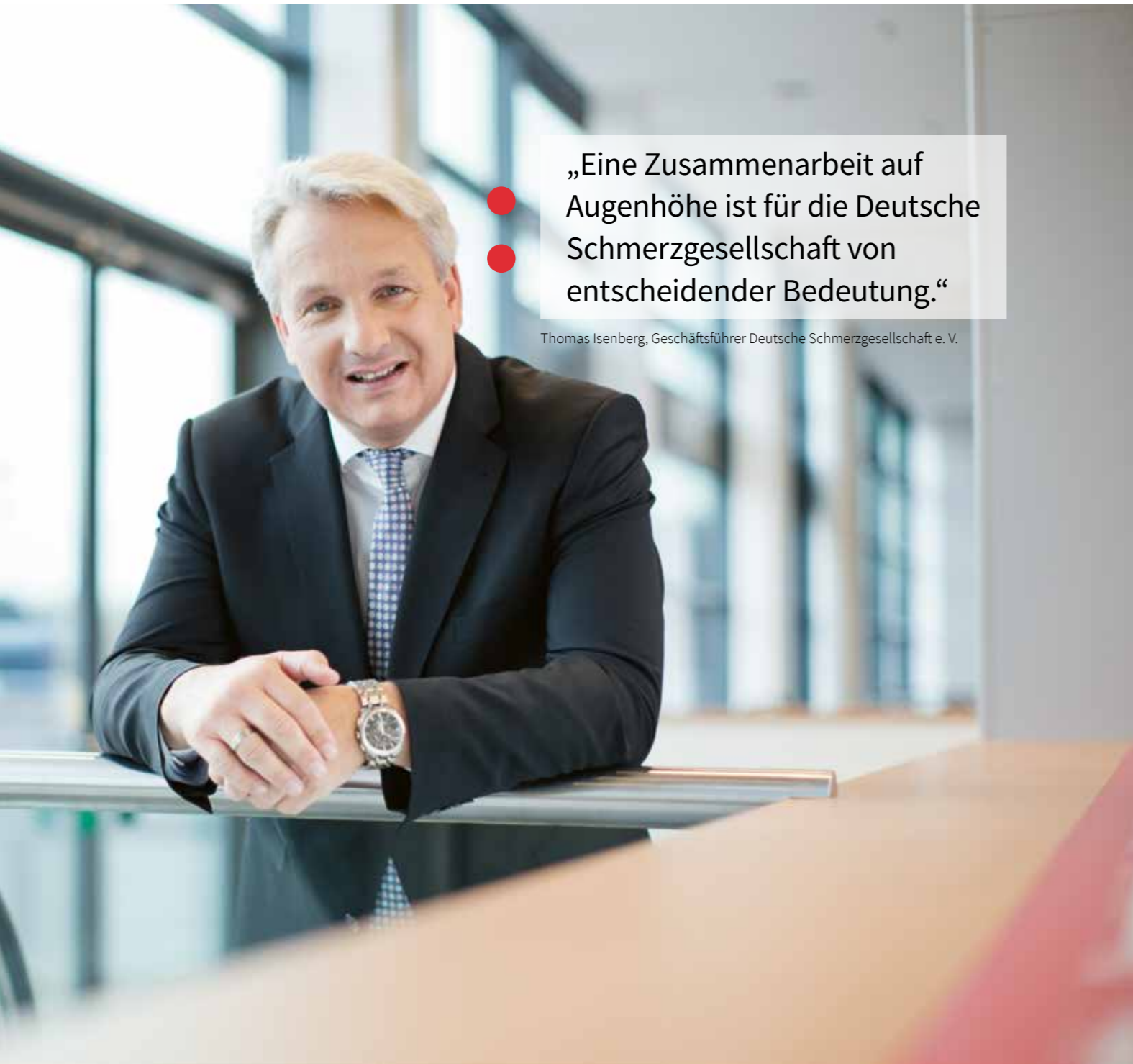


„Die besten Veranstaltungen  
entstehen im Dialog.  
**Lassen Sie uns darüber sprechen.“**

Bastian Fiedler, Prokurist m:con – mannheim:congress GbmH



IHR PARTNER FÜR  
MEDIZINISCHE KONGRESSE



● „Eine Zusammenarbeit auf Augenhöhe ist für die Deutsche Schmerzgesellschaft von entscheidender Bedeutung.“

Thomas Isenberg, Geschäftsführer Deutsche Schmerzgesellschaft e. V.



● „Das bietet uns die Chance, unser Know-how und unsere Serviceleistungen optimal auszuspielen.“

Bastian Fiedler, Prokurist m:con – mannheim:congress GmbH

- „Wir brauchen keine Erfüllungsgehilfen.“
- Wir brauchen Partner, die mitdenken.“ Thomas Isenberg

**Die Organisation des Deutschen Schmerzkongresses inklusive Marketing, Eventkonzept und Abrechnung ist nur ein Punkt auf der Agenda, wenn sich Thomas Isenberg und Bastian Fiedler zum Arbeitsmeeting treffen. Darüber hinaus stehen die strategischen Zukunftsthemen der Deutschen Schmerzgesellschaft immer mit im Fokus. Unter anderem darum geht es auch in diesem Gespräch.**

*Die Kooperationsvereinbarung zwischen der Deutschen Schmerzgesellschaft und der m:con wurde 2014 um volle fünf Jahre verlängert. Ist das nicht ungewöhnlich in einer so schnelllebigen Branche?*

**Thomas Isenberg:** Das mag sein. Aber mit Blick auf die vielschichtige Aufgabenstellung war es ganz einfach sinnvoll, unser Miteinander auf eine langfristige Basis zu stellen. Wir haben uns für die nächsten Jahre um einiges mehr vorgenommen, als „nur“ die Attraktivität des Deutschen Schmerzkongresses weiter zu steigern. Ganz konkret stehen für die Zukunft der Deutschen Schmerzgesellschaft mehrere strategische Weichenstellungen an. Dazu brauchen wir keine Erfüllungsgehilfen, die sich ausschließlich auf die Organisation von Veranstaltungen fokussieren. Dazu brauchen wir Partner, die wirklich verstehen, wo wir hinwollen, und die in der Lage sind, sowohl fachlich fundiert als auch kreativ mitzudenken. Deshalb ist für uns eine kontinuierliche partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe von entscheidender Bedeutung.

**Bastian Fiedler:** Wir als Agentur könnten uns wiederum kaum eine bessere Vorgabe vorstellen, um unsere vielfältigen Stärken optimal auszuspielen. Natürlich gibt es die einzelnen Facetten unseres Leistungsspektrums auch à la carte: Wenn jemand lediglich den Mannheimer Rosengarten als Location buchen will – herzlich gern. Wir übernehmen aber auch die komplette Organisation von Kongressen an beliebigen anderen Orten in Deutschland und Europa. In einzelnen Projekten treten wir auch als Mitveranstalter auf und beteiligen uns am finanziellen Risiko. Seit 2011 sind wir zusätzlich als Eventagentur aktiv. Dass in der Partnerschaft mit der Deutschen Schmerzgesellschaft alles zusammen gefragt ist, freut uns indes besonders. Vor allem auch deshalb, weil dabei ein Schwerpunkt auf unserer Beratungskompetenz liegt – auf einem Bereich, in den wir zuletzt stark investiert haben.

*Um welche strategischen Themen geht es denn in Ihrem Zusammenspiel ganz konkret?*

**Thomas Isenberg:** Zum einen wollen wir die Chancen, die uns die neuen Medien bieten, künftig weitaus intensiver nutzen. Wir arbeiten zum Beispiel am Aufbau einer virtuellen Kongressakademie – als Mehrwert für die Teilnehmer und für die Nichtteilnehmer als Add-on zu ihrer Mitgliedschaft bei uns. Dazu kommen diverse Online-Angebote wie Smartphone-Apps oder elektronische Buchungsmöglichkeiten. Auch im Marketing werden wir verstärkt auf digitale Medien setzen und zunehmend crossmediale Kampagnen fahren. Außerdem sind wir dabei, eine E-Learning-Plattform zu konzipieren, die später als eigenes Geschäftsmodell etabliert werden soll. Ein zweites strategisches Handlungsfeld ist die Zielgruppenwerbung für unseren jährlichen Kongress, die wir in Zukunft noch intelligenter gestalten möchten – unter anderem durch die interdisziplinäre Vernetzung mit anderen medizinischen Fachgesellschaften.

**Bastian Fiedler:** Was uns dabei zugutekommt, sind die vielfältigen Erfahrungen, die wir in der engen Zusammenarbeit mit ganz verschiedenen medizinischen Fachgesellschaften gesammelt haben. Auf unserer Kundenliste stehen inzwischen über 30 renommierte Institutionen aus diesem Bereich, die wir teilweise schon jahrelang betreuen. Mit der Jahrestagung der Kardiologen und dem Internistenkongress mit jeweils mehr als 8.000 Teilnehmern organisieren wir beispielsweise zwei der bundesweit größten medizinischen Fachkongresse. Dank dieses Expertenwissens fällt es uns relativ leicht, zielgruppenspezifische Konzepte zu entwickeln, um Ärzte und Forscher aus anderen Disziplinen für den Deutschen Schmerzkongress zu begeistern – und darüber hinaus Anreize für entsprechende Sponsoren und Aussteller zu schaffen.



Thomas Isenberg, Geschäftsführer Deutsche Schmerzgesellschaft e. V.



Bastian Fiedler, Prokurist m:con – mannheim:congress GmbH

*Apropos Sponsoren und Aussteller: Inwieweit spielen bei Ihrer Eventplanung die verschärften Compliancerichtlinien eine Rolle?*

**Thomas Isenberg:** Das ist selbstverständlich ein ganz wesentlicher Aspekt. Glücklicherweise können wir auch im Hinblick auf diese für uns hochsensible Thematik auf das Know-how der m:con zurückgreifen – genauso wie in Bezug auf die permanenten gesetzlichen Veränderungen, etwa beim gesamten steuerlichen Handling der Kongressabrechnung.

**Bastian Fiedler:** Wir beschäftigen uns schon sehr lange und sehr intensiv mit diesen beiden Themenkomplexen und holen uns auch regelmäßig fachkundigen Rat von hochkarätigen externen Spezialisten. Im Rahmen unserer Internationalen Event- & Congress-Akademie teilen wir das entsprechende Wissen dann auch mit Kunden und anderen Interessenten.

**Thomas Isenberg:** Eine dieser Fortbildungsveranstaltungen fand übrigens in unseren Räumlichkeiten in Berlin statt. Für uns ist das eine echte Win-win-Situation: Wir lernen dazu – und können gleichzeitig wichtige Kontakte zu anderen medizinischen Gesellschaften knüpfen.

*Fachlich und strategisch passt also ganz offensichtlich kein Blatt Papier zwischen die Deutsche Schmerzgesellschaft und m:con. Wie würden Sie das Klima Ihrer Zusammenarbeit beschreiben?*

**Thomas Isenberg:** Ich könnte mir kein besseres wünschen. Und damit stehe ich keineswegs allein, wie sich auch bei unserem jüngsten erfolgreichen Kongress wieder gezeigt hat. Lassen Sie es mich so ausdrücken: Es menschtelt auf höchst erfrischende Art – im Verhältnis zu unserem Präsidium, zu unserem Beirat und nicht zuletzt zu unseren Mitgliedern.

*Herr Isenberg, Herr Fiedler, wir bedanken uns für das Gespräch.*

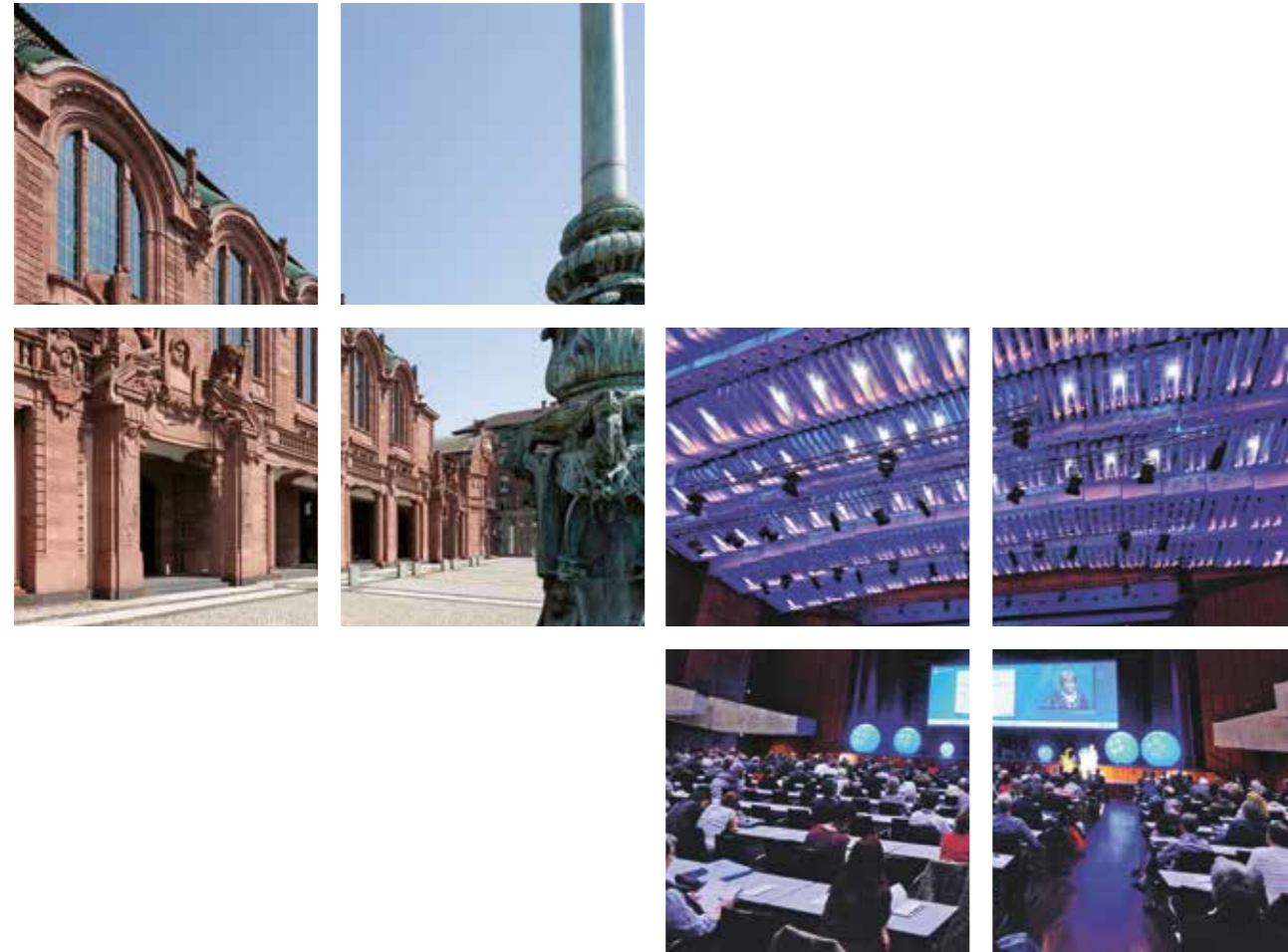
**Der Deutsche Schmerzkongress wird seit 2009 von der m:con betreut und fand in der Zeit in Berlin, Mannheim und Hamburg statt. 2015 ist dieser zum vierten Mal zu Gast im Rosengarten.**

**Das Leistungsprofil der m:con umfasst beim Deutschen Schmerzkongress**

- Budgetierung, Finanzierung und Abrechnung des Kongresses
- Erstellung von Konzepten für die Eröffnungsveranstaltung, das Get-together und die Kongressparty inkl. Betreuung
- Aussteller- und Sponsorenakquise
- Raum- und Ausstellungsplanung und -gestaltung
- Technische Konzeption und Ausstattung
- Teilnehmerregistrierung und Referentenbetreuung

**Faktencheck**

- Ca. 2.700 Teilnehmer
- Ca. 100 Sitzungen und Kurse
- 67 Aussteller
- Ca. 200 Referenten
- Ca. 60 Mitarbeiter im Einsatz (Orgateam, Tagungs-counter, Techniker, Hostessen)
- Ca. 160 Poster
- Ca. 20 bespielte Räume
- 5161 kg Material
- 1255 technische Artikel



Der Rosengarten eignet sich auch ideal als Location für Popkonzerte, Klassikerlebnisse oder Comedyshow's genauso wie für Firmenveranstaltungen aller Art und Größe.



Der Rosengarten ist ein Ort des Wissens und der Zusammenkunft: bei Kongressen, Tagungen oder Seminaren bietet er perfekte Rahmenbedingungen.



**Bildnachweise:** Andreas Henn, Sven Bratulic, Alfred Gerold, Alexander Grüber, Thommy Mardo, Markus Proßwitz, Eduardo Perez  
m:con – mannheim:congress GmbH

