



Mice[®]
Hall of Fame

Preisträger 2021

Patenschaften:



HOMMAGE
LUXURY HOTELS COLLECTION



COPENHAGEN
CONVENTION BUREAU



2012



2013



2014



2014



2015



2017



2016

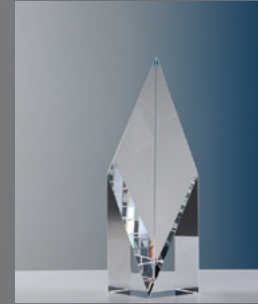


2018



2019

Die MICE Hall of Fame[®] (gegründet 2012)



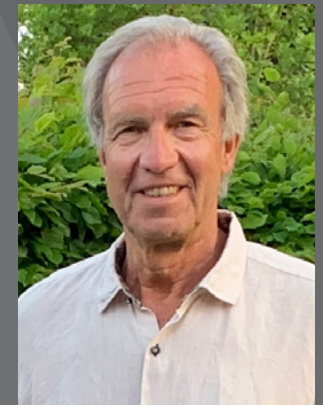
Im zehnten Jahr der MICE Hall of Fame[®] wurden insgesamt 7 neue Mitglieder in 2 Kategorien aufgenommen und mit der begehrten Glastrophäe geehrt. Damit besteht die MICE Hall of Fame[®] seit Juli 2021 aus 106 Mitgliedern in den Kategorien Agenturen, Anbieter/Gastgeber, Referenten/Moderatoren und Unternehmen. Grundsätzlich würdigt die MICE Hall of Fame[®] langjährig erfolgreiche Persönlichkeiten der Eventbranche.

Aufgenommen werden:

- Inhaber und Geschäftsführer von Agenturen, die durch ihre erfolgreiche Arbeit die MICE-Industrie mit geprägt haben
- Unternehmen auf Entscheiderseite, die sich in besonderem Maße für die Motivation und Weiterbildung von Mitarbeitern einsetzen und mit der Durchführung von MICE-Events nachhaltige Wirkungen erzielen
- Persönlichkeiten auf Anbieterseite, die durch ihre Produkte und Serviceleistungen herausragende Qualität und Innovation beweisen
- Referenten/Moderatoren, die seit mehr als einem Jahrzehnt durch außerordentliche Leistungen eng mit der MICE-Branche verbunden sind

Die Nominierung der neuen Mitglieder für die MICE Hall of Fame[®] erfolgt über Empfehlungen; die endgültige Entscheidung über die Aufnahme trifft das Redaktionsteam des ICJ mice magazines.

Die MICE Hall of Fame[®] ist eine Marke von ICJ Marketing und wurde durch Gerald W. Huft, Herausgeber und Chefredakteur des ICJ mice magazines sowie Inhaber von ICJ Marketing im Januar 2012 initiiert.



HOMMAGE LUXURY HOTELS COLLECTION

Individueller Raum für Begegnungen, Kontakte, erfolgreiche Tagungen und Events kombiniert mit herzlichem, aufmerksamen Service – dafür stehen die ersten individuellen Luxushotels der neuen HOMMAGE LUXURY HOTELS COLLECTION.

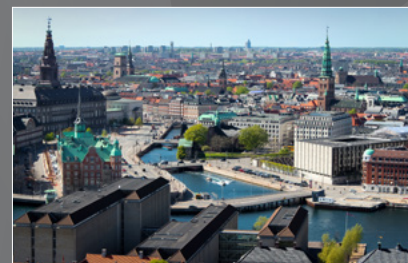
Die glorreichen vier – der „Söl’ring Hof“ auf Sylt, das „Parkhotel Bremen“, das „Hotel Nassauer Hof Wiesbaden“ und das „Maison Messmer Baden-Baden“ – sind mit ihrer Historie, ihrem einzigartigen Ambiente und authentischem Angebot wahre Hotellegenden. Zugleich sind sie, jeder für sich, die ideale Location für Gastgeber, die etwas ganz Besonderes suchen: repräsentative Räumlichkeiten für erfolgreiche Tagungen, Workshops, kreative Events und unvergessliche Feste und Feiern. Selbstverständlich stehen den Planern und Gästen leidenschaftliche, zuverlässige Tagungs- und Event-Experten bei allen Fragen der detaillierten Planung, Organisation und Durchführung von erfolgreichen privaten und geschäftlichen Events beratend zur Seite.



Copenhagen Convention Bureau - die Stadt und ihr Angebotsportfolio

Das Copenhagen Convention Bureau ist Ihre offizielle Verbindungsstelle zur Kopenhagener Tagungsbranche und unterstützt Sie mit Vergnügen bei den Planungen Ihrer Veranstaltungen. Kopenhagen wird immer wieder als eine der beliebtesten und menschenfreundlichsten Hauptstädte der Welt für Geschäftsveranstaltungen angesehen. Von der einfachen internationalen Erreichbarkeit und effizienten Verkehrsinfrastruktur bis hin zu einer ständig wachsenden Auswahl an Hotels und Restaurants von Weltklasse verfügt diese saubere und sichere Stadt über alles für Ihre erfolgreiche Veranstaltung. Kopenhagen bietet Ihnen Zugang zu erstklassigen, wirklich inspirierenden Veranstaltungsorten und professionellen Partnern, sowie erstaunlichen Möglichkeiten für die Ausrichtung von Tagungen und Kongressen, gesellschaftlichen Veranstaltungen und Networking-Sitzungen.

Die Stadt ist Vorreiter bei der Einführung nachhaltiger Lösungen und verfolgt eine der ehrgeizigsten Klimapolitiken der Welt - mit dem Ziel, bis 2025 die erste kohlenstoffneutrale Hauptstadt zu sein.



Patrick Gantenbein

CEO der smti AG

Nach Sprachaufenthalten in Italien, Frankreich, England und Spanien absolvierte er die renommierte Hotelfachschule EHL. Darauf folgte die Blitzkarriere Patrick Gantenbeins bei Kempinski, wo er maßgeblich am Aufbau des internationalen Sales & Marketing Office in Gravenbruch bei Frankfurt beteiligt war. 1999 gründete er die smti AG Vaduz Liechtenstein, der 2001 die smti GmbH Frankfurt Deutschland folgte.

„Wir sind die größte Einkaufsgemeinschaft im Veranstaltungsbereich.“

Nur ein Jahr später ging smti in der Schweiz an den Start. Heute hat die inhabergeführte smti AG ihren Firmensitz in Vaduz.

„Ich bin buchstäblich ins kalte Wasser gesprungen“, erzählt Gantenbein rückblickend, „als Hotelvermarkter hatten wir im ersten Jahr 20 Hotels als Kunden und der Druck seitens der Hotels war sehr groß.“ Nach acht Jahren habe man eine Kehrtwendung vorgenommen und das Kundenklientel komplett auf Corporates umgestellt. „Genau das war der richtige Schritt“, betont er, „denn inzwischen zentralisieren wir das Veranstaltungsmanagement von über 300 Firmen, darunter etwa 24 weltbekannte „Botschafter“. Damit sind wir tatsächlich die größte Einkaufsgemeinschaft weltweit im Veranstaltungsbereich Events.

smti agiert dabei als Vermittler, füllt Hotels mit Gästen und hilft Kunden, am richtigen Ort die richtige Location für seine gewünschte Veranstaltung zu finden. Es sei eine klassische Win-win-Situation auf Basis eines Commission Sharing Konzeptes, so der smti-Chef. „Wichtig dabei sind das persönliche Vertrauen und die absolute Transparenz in der Kos-

tenübersicht, vor allem in der finanziellen Rückführung gemäß den vereinbarten Konditionen.

Regelmäßig organisiert smti Wochenend-Events für den Endkunden in den einzelnen Hotels, die dafür komplett die Kosten übernehmen. „Es sind rund 110 solcher Veranstaltungen im Jahr“, erläutert Gantenbein, „so schaffen wir persönliche

Begegnungen zwischen den Corporate Entscheidern, der Geschäftsführung der Hotels und ggf. auch den Verantwortlichen der betreffenden touristischen Region.“ Zu 99 Prozent sei er selbst immer mit vor Ort, öffne Türen für persönliche Kontakte und schaffe somit auch sehr viel Good Will. „Grundsätzlich sind wir von smti aber immer im Interesse der Corporates unterwegs“, macht er nochmals deutlich, „denn diese sind unsere Kunden und müssen sich stets gut aufgehoben fühlen.“

Patrick Gantenbein ist verheiratet und hat drei Kinder. Seine Frau arbeitet im Unternehmen mit. „Francisca ist ein Marketing-Genie, ohne sie hätte ich keine Chance“, erzählt er. Einmal im Jahr geht die ganze Familie für einen Monat zum Fliegenfischen nach Irland. Beruflich ist er viel unterwegs, findet aber dennoch Auszeiten, um zu Wandern oder Ski zu fahren.



Kategorie: Agenturen

Claudia Haider

Inhaberin von experts4events

Nach ihrem BWL-Studium mit Schwerpunkt Touristik war sie im Reiseveranstaltungsgeschäft tätig. Ihre nächste berufliche Station führte Claudia Haider nach Salzburg. Dort baute sie mit ihrem späteren Mann Siegfried die Birkenbihl Media Österreich auf. Das Unternehmen, dem auch ein Verlag angehörte, organisierte Events- und Speaker-Veranstaltungen mit qualitativ hohem

***„Wir versuchen immer,
die Diven herauszuhalten.“***

Birkenbihl-Anspruch. 2001 ging sie zurück nach München und gründete gemeinsam mit ihrem Ehemann die HTMS – Haider Trainings & Management Services GmbH, Vorläufer der Marke experts4events.

Heute managt die Agenturchefin mit viel Geschick die Organisation des umfangreichen Leistungsspektrums ihres Unternehmens, das vom Management und Coaching für Speaker bis hin zur Erstellung von Veranstaltungskonzepten reicht. „Wir werden auch sehr viel in Vorplanungen für Events involviert“, sagt Claudia Haider. „Dabei sind wir für den Kunden unter anderem beratend tätig, wer als Speaker am besten zur betreffenden Veranstaltung passt. Denn es ist ein Unterschied, ob jemand für eine halbe oder gar für zwei Stunden auf der Bühne taugt und für welche Inhalte er überhaupt in Frage kommt.“

Der Vorteil von experts4events, die auch stets auf internationalen Conventions zu finden ist, liege eindeutig im internationalen Netzwerk und in der hohen Live-Erfahrung über Speaker, so Haider, denn das sei hinsichtlich der bisweilen grenzwertigen Ausbildung im Speaker-Geschäft, wo es keine Berufszugangsvoraussetzungen gebe, äußerst wichtig. „Nicht zuletzt um der Referenten-Klientel eine Plattform zu eröffnen,

wurde 2005 die German Speaker Association gegründet. Darüber hinaus veröffentlichen wir auf unserer Internetseite eine „The Real Top Speaker Liste“, betont Haider, „und bieten damit den Kunden eine Entscheidungshilfe an.“ Denn auch wenn in der Agentur rund 5.000 Speaker in der Datenbank gelistet sind, so sind davon eigentlich nur ein paar Hundert die Dauerbrenner.

Grundsätzlich sei es sehr wichtig, dass der Speaker für Eventorganisatoren im Umgang leicht zu handeln ist. „Wir versuchen immer, die Diven herauszuhalten“, erklärt Claudia Haider mit einem Augenzwinkern. Schließlich müsse ein gebuchter Referent ja auch in die Gesamtveranstaltung reibungslos zu integrieren sein.

Die Mutter zweier Töchter ist ein absoluter Kanada-Fan und hat einige Zeit in Vancouver gearbeitet und gelebt. Sie ist gerne auf Reisen, genießt aber auch in heimatlichen Gefilden Spaziergänge mit ihren 2 Hunden, Lucky und Maya. Eigenen Aussagen zufolge isst sie gerne, was ihr Mann Sigi kocht, denn sie selbst sei doch eher handwerklich begabt und engagiert.



Kategorie: Agenturen

Siegfried Haider

Geschäftsführer von experts4events

1992 lernte der studierte Wirtschaftsinformatiker Vera F. Birkenbihl kennen und war fasziniert von ihren Lern- und Qualitätsprinzipien auf dem Gebiet der Weiterbildung. Für Siegfried Haider schien es eine fast schicksalshafte Begegnung, denn etwas später baute er in Salzburg gemeinsam mit seiner späteren Ehefrau Claudia die Agentur birkenbihl media auf und lernte dort auch, was erfolgreiches Marketing bedeutet. 2001 kehrten beide nach München zurück und gründeten die Haider Training & Management Services GmbH, heute die etablierte Marke experts4events.

„Wir sind weit mehr als eine Referenten-Agentur und darin einzigartig.“

Siegfried Haider ist der Front Man der Agentur, entwickelt Konzepte für internationale Veranstaltungen und ist bei Groß-Events in der Regel selbst vor Ort als Projekt-Lead oder Speaker mit dabei. „Unser USP ist der Kompetenzmix aus Weiterbildung und MICE“, macht er deutlich. „Wir sind weit mehr als eine Referentenagentur und darin einzigartig“, da wir zu Speakern und Experten enorm viel und spezielles Know how aufgebaut haben und wissen, wer für wen zu welchem Event passt.“ Letzteres erfordert neben konzeptionellem Denken die genaue Kenntnis des Referenten und dessen Live Performance.

„Neben Kompetenz ist die Performance des Menschen auf der Bühne entscheidend. Wenn er nicht individuell begeistert, kann das eine ganze Veranstaltung zum Kippen bringen“, erklärt Haider. „Auch wenn wir eine mehrere tausende Speaker und ExpertenInnen umfassende Datenbank haben, gehören zu den Dauerbrennern nur einige hundert.“

Aus der Spezialisierung von experts4events auf „Events mit Experten“ resultieren zwei Angebotsbereiche: Trainingsveranstaltungen bzw. Meetings für Mitarbeiter sowie Kundenevents mit Speakern.

„Gerade auch international haben wir wachsendes Geschäft“, so Haider.

Dem umfangreichen Netzwerk von experts4events gehören derzeit über vierzig Dienstleistungsexperten an, die projektbezogen bei Bedarf eingesetzt werden. Die konstante Beziehungspflege zu Partnern und Kunden gehört zur DNA von Siegfried und Claudia Haider. Auch deshalb ist er Gründer und Ehrenpräsident des Deutschen Rednerverbandes (GSA e.V.).

Siegfried Haider ist Autor des Buches „Ausverkauft!“, Vater von zwei Töchtern und geht ebenso wie seine Ehefrau Claudia gerne auf Reisen. „Wir haben immer versucht, unseren Kindern offenes und internationales Denken zu vermitteln“, sagt er. Umso mehr freut es ihn, dass seine beiden Töchter bereits jetzt Reisen und Auslandsaufenthalte planen. In seiner Freizeit liebt es der Agenturchef, sich im SPA zu erholen oder für seine Familie und Freunde zu kochen.



Kategorie: Agenturen

Ute Krauß

Geschäftsführerin der wave incentive GmbH

Ursprünglich aus der Hotellerie kommend, kam sie zu Beginn der 1990er Jahre mit der MICE Branche in Kontakt. Damals etablierte sich gerade der Begriff „Incentive“ in Deutschland. Veranstaltungen auf Großsegelschiffen unter dem Motto „alle in einem Boot“ machten für Ute Krauß den Anfang. 1994 stieg sie als Projektleiterin bei der Kieler Agentur wave incentive ein und übernahm zwei Jahre später deren Geschäftsführung.

***„Unser regionaler
jährlicher Big Point
ist die Kieler Woche.“***

„In den Jahren darauf wuchs die Agentur rasant, immer höher, weiter und schneller. Bis 9/11, als kaum mehr jemand Fernreisen unternehmen wollte. Danach entschieden wir uns für eine Umorientierung und dafür, überwiegend für den Nordbereich Deutschlands als Incoming Agentur zu arbeiten, was nicht heißt, dass wir nicht auch auf internationalem Terrain versiert sind“, so Krauß. Heute ist bei wave incentive ein festes Vierer-Team an Bord, unterstützt von vielen langjährigen Freelancern, die manchmal seit dem Schulabschluss mit dabei sind. Zudem bildet die Agentur IHK-geprüft aus und erhielt als Ausbildungsbetrieb eine Belobigung. „Für uns ist es wichtig, den Nachwuchs im Unternehmen auszubilden und zu behalten“, betont Krauß, „das tut auch uns gut.“

„Seit unserem Bestehen ist die Kieler Woche das Highlight, sozusagen der Big Point im Jahresverlauf“, erzählt Ute Krauß, „damit haben wir tatsächlich unsere Nische gefunden.“ Passend zur Kieler Woche schneidert man bei wave incentive für Kunden auch einmal ein individuelles Segel-Event nach Maß. Bei den Veranstaltungen ist Ute Krauß selbst

immer mit dabei, um die ausschließlich deutsche Kundenklientel persönlich zu betreuen. Dabei hat die Agentur natürlich neben den maritimen Veranstaltungen auch die Expertise zur Organisation von Kongressen, Tagungen, Produktpräsentationen und Firmenjubiläen. Die über 30-jährige Erfahrung und das geballte Wissen der Mitarbeiter

garantieren ein hohes Maß an Professionalität und vor allem die optimale Kenntnis der Region und ihrer Vorzüge – ob zu Land oder auf See. Ende September ist die Saison in Kiel grundsätzlich beendet. „Aber wir können durchaus auch im Winter hier im Norden noch sehr sportlich unterwegs sein“, verspricht die Agenturchefin. „Nicht zuletzt leben wir ja auch unser Motto ‚Jederzeit das Unmögliche möglich und das Mögliche perfekt machen‘.“

In ihrer Freizeit lebt Ute Krauß ihre Leidenschaft für das Segeln aus und nimmt aktiv an Regatten teil. „Die Ostsee bietet dafür alles, was man braucht“, sagt sie, „und genau deshalb möchte ich hier auch nicht weg.“ Dennoch reist sie gerne in der Weltgeschichte herum und nutzt ihre Eindrücke als Inspirationsgeber - natürlich immer auch im Hinblick auf den Beruf.



Kategorie: Agenturen

Andreas Laube

Geschäftsführer der MCI Deutschland GmbH

Mit dem Bereich Live-Kommunikation kam der Betriebswirt bereits 1989 – und damit unmittelbar nach seinem Studienabschluss – in Kontakt. Seit 2016 ist Andreas Laube Geschäftsführer der MCI Deutschland GmbH und verantwortet die Gesamtstrategische Ausrichtung der auf Kongress- und Event-Management spezialisierten Agentur.

„Im Jahr 2020 war es unser Ziel, die globale Strategie von MCI in eine lokale für den deut-

schen Markt zu übersetzen“, sagt Laube. Das große Thema sei die Entwicklung einer höheren Beratungskompetenz. „Wir wollen stärker an der Gestaltung teilnehmen und dahingehend auch den Mindset in den Teams verändern. Diese sollen einerseits Gestalter für den Kunden sein, aber auch selbst zu Gestaltern des eigenen Arbeitsplatzes werden“, erläutert er.

Früher seien die klassischen Anforderungen des Kunden weitaus mehr im Bereich von Logistik-Leistungen angesiedelt gewesen, heute müsse man die Auseinandersetzung mit Marketingzielen, ergebnisorientierter Effizienz, Inhalten von Relevanz und natürlich auch mit Erfolgsmessung vorantreiben – und das auch außerhalb von Live-Kommunikation. „Es geht nicht allein um Show und Chi Chi, und es reicht längst nicht mehr, nur auf die Marke zu setzen“, bekräftigt Andreas Laube. „Vielmehr geht es darum, sich gemeinsam mit dem Kunden zusammenzusetzen, um die Identifizierung seiner Ziele und dessen Ausprägungen zu diskutieren.“ Nur so könne später auch eine Wirkungsmessung erfolgen, für de-

**„Es reicht längst nicht mehr,
nur auf die Marke zu setzen.“**

ren Umsetzung man bei MCI die eigene Marke ‘Fair Control’ entwickelt habe. „Es sind äußerst spannende Prozesse“, so Laube, „von denen wir einen Großteil der Kunden jedoch erst überzeugen müssen.“

Seit nahezu zehn Jahren ist Andreas Laube als Certified Meeting Professional (CMP) zertifiziert und veranstaltet MCI-Intern auch Workshops und Ausbildungsseminare.

„Die CMP-Zertifizierung hat für den US-Markt eine hohe Bedeutung und dabei ist der Nachweis des Know-hows das Entscheidende“, erklärt er dazu. Man müsse für die Abschlussprüfung tatsächlich extrem viel Stoff beherrschen; der fasse jedoch nochmals gut zusammen, was man selbst so im ganzen Berufsleben gelernt habe. Das CMP Zertifikat muss alle fünf Jahre beim Convention Industry Council (CIC) erneuert werden.

Die Passion von Andreas Laube gilt der Fotografie von Wildlife und Landscape. Er hat ein Faible für Reptilien und erkundet auf privaten Expeditionen mit seiner Frau weltweit Länder und deren Nationalparks, wo er die Faszination Flora und Fauna hautnah erlebt. Sein letztes „Abenteuer“ bestand der begeisterte Fotograf 2019 in Kambodscha.



Kategorie: Agenturen

Marion Ohrner

Geschäftsleitung der REALIZE Live Marketing GmbH

Mit der Eventbranche kam sie bereits während ihrer Studienzeit in Berührung. Damals jobbte Marion Ohrner in der Zigarettentpromotion, wo viele Veranstaltungen lanciert wurden. Später arbeitete sie beim Radiosender Antenne Bayern, der damals noch in den Kinderschuhen steckte. „Wir durften quasi alles ausprobieren, es gab wenig Reglement und wir hatten einfach eine tolle Zeit“, erzählt sie heute. Nachdem sie die dortige Eventabteilung aufgebaut und einige Großveranstaltungen durchgeführt hatte, wagte Marion Ohrner 1998 den Schritt in die Selbstständigkeit und gründete ihre Agentur events unlimited in München.

„Wir bespielen inzwischen verstärkt den Mittelstand.“

Der Wechsel in die Geschäftsleitung von REALIZE im Jahr 2016 war für die Betriebswirtin der logische Schritt, um in einem hochmotivierten Team neue Geschäftsfelder anstoßen zu können und sich selbst weiter zu entwickeln.

„Wir arbeiten mit extremer Liebe zum Detail und nehmen den Kunden komplett an die Hand“, so Ohrner. Derzeit sehe sie für die Branche einen Trend Richtung Mittelstand, den man auch bei REALIZE verstärkt bespielen. „Die kurzen Wege in der Entscheidungsfindung machen Spaß, man erfährt Wertschätzung und viel Anerkennung für seine Arbeit und erlebt Achtsamkeit im Umgang miteinander“, so ihre Einschätzung. In der Orientierung zu mehr Einfachheit sieht Marion Ohrner einen weiteren Trend. Dieser könne sowohl in der Außenwirkung als auch in der Kostenminimierung begründet sein. „Es müssen nicht immer Fernzie-

le sein, denn die DACH-Region oder andere Destinationen in Europa haben viel zu bieten.“

Bezüglich der Veranstaltungskonzepte setzt sie auf Nachhaltigkeit, etwa durch wiederverwertbare Ausstattungsentensilien oder die Abgabe übrig gebliebener Nahrungsmittel an die regionalen Tafeln.



Kategorie: Agenturen

Für die Zukunft von REALIZE hat sich Marion Ohrner ein persönliches Ziel gesetzt: Sie möchte eine agentureigene Location haben, die man Kunden und Dienstleistern anbieten und in der man natürlich auch eigene Kundenveranstaltungen durchführen kann. „Leider ist es gerade im bevorzugten Münchner Raum sehr schwierig, ein geeignetes und preislich akzeptables Objekt zu finden“, gesteht sie.

Ist Marion Ohrner privat, taucht sie gerne in Bücher ein, vor allem auf Reisen, „weil man dabei ohne Bilder seiner Fantasie freien Lauf lassen kann.“ Eine große Leidenschaft hegt sie für Italien und Ibiza, hat jedoch auch ein Faible für den Orient, da sie vier Jahre in Saudi-Arabien zur Schule ging. Wenn sie zu Hause ist, liebt sie das gemeinsame Essen mit ihren Kindern und ihrem Ehemann, der mit seinen wunderbaren Kochkünsten die Familie verwöhnt.

Matthias Lemcke

Manager Marketing & PR Europe des Namibia Tourism Board

Während seines BWL-Studiums mit Schwerpunkt Tourismusmanagement studierte er ein Jahr lang in Spanien. Später verbrachte Matthias Lemcke mehrere Monate in Südafrika und arbeitete dort in der Entwicklungsarbeit. Vor 16 Jahren führte ihn seine berufliche Karriere zum Namibia Tourism Board Europe, das er heute leitet und von Frankfurt aus 22 Märkte betreut. „Als ich dort anfang“, sagt Lemcke, „bewegte sich im MICE-Bereich in Namibia wenig. Die proaktive und kreative Bewerbung dieser besonderen Destination durch unser Büro hat dies geändert“. Und auch heute sei die Fernreisedestination kein Volumenziel, sondern noch immer etwas Besonderes. Namibia ist für viele Menschen nach wie vor ein Sehnsuchtsziel und sorgt für Neugierde abseits eingetretener Pfade.

Für MICE-Veranstalter sind neben der guten Erreichbarkeit durch Non-stop-Flugverbindungen und dem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis auch Visumsfreiheit und das Fehlen von Impfvorschriften ein Vorteil. „Das Land ist als Incentive-Destination daher auch für ein paar Tage möglich“, betont Lemcke. Was Namibias Faszination ausmache, seien das Naturerlebnis und die unglaubliche menschenleere Weite. „Es ist nach der Mongolei das am dünnsten besiedelte Land der Erde, wo selbst der kitschigste Sonnenuntergang absolut real ist und niemand Schlange stehen muss, um ein Foto zu machen.“ In vielem ist Namibia nach wie vor ein Geheimtipp, denn dort kann der MICE-Gast den Luxus einer Fünf-Sterne-Lodge genießen und gleichzeitig draußen sein, Wildtiere

**„Der kitschigste
Sonnenuntergang ist in
Namibia absolut real.“**

in Freiheit beobachten, Erde riechen, sie anfassen, sich dreckig machen und im Busch anschließend einfaches gutes Essen genießen. „Wenn nach einer Trekkingtour am Abend die Landschaft in goldenes Licht getaucht ist und die Gäste mitten in der Wildnis mit einer weiß gedeckten Tafel empfangen werden, fühlen sich die meisten wie Robert Redford in „Out of Africa“, sagt Matthias Lemcke schmunzelnd. „Da kommen selbst so manchem reiseversierten MICE-Kunden echt die Tränen.“ Das Namibia Tourism Board arbeitet im MICE-Bereich mit Agenturen und Corporates zusammen. „Wir sind in beiden Partnerschaften gut“, so Lemcke. „Generell sind die Agenturen äußerst wichtig für uns, denn sie fungieren als Botschafter und sind eine Schulter, die das Projekt gemeinsam mit der DMC mitträgt.“

In seiner Freizeit ist Matthias Lemcke am liebsten draußen, paddelt auf der Lahn, genießt den Bodensee oder wandert im Bregenzer Wald. Sein sechsjähriger Sohn mag es ebenso wie sein Papa, im Freien zu sein. „Von meinem Sohn habe ich wieder das Staunen über die kleinen Dinge in der Natur gelernt“, erzählt Lemcke. Regelmäßig fährt die Familie zu Freunden in Namibia und ist dort mit Farmern unterwegs.



Kategorie: Anbieter



ICJ Marketing - Kelttenring 24 - 85658 Eggening
Tel. +49 (0) 80 95 - 5369790 - icj@icj-mm.de
www.icj-mm.de - www.icjambassador.com -
Inhaber: Gerald W. Huft - UST-ID DE 330911476