

# INCENTIVE

## Vertriebsmotivation



*Management:*

**Mathew-Incentive**  
Heidelberg

*Firma*  
**Pentax Hamburg**

## Projektierung

Für die besten Händler und Vertriebsmitarbeiter sollte ein unvergessliches Event organisiert werden, das vergangene Leistungen würdigt und neuen Ansporn für die Zukunft bietet.

## Konzeption

Um ein Event der besonderen Art zu gestalten, ging die Reise nach Zypern – die Insel der Götter. Dies war der richtige Ort, um Kraft für die Zukunft zu tanken, um die ex- und interne Vertriebsmannschaft an neue Ziele heranzuführen.

## Organisation

Es mussten die fünftägige Reise, Flug, Unterkunft und der gesamte Ablauf der Motivationsveranstaltungen für ca. 180 Händler und Vertriebsmitarbeiter organisiert werden.

## Realisation

Es wurde ein Club angemietet, in dem sogenannte »Götter-Games« abgehalten wurden. Da hierbei nicht nur der olympische Gedanke zählte, wurden nach jedem Wettbewerb jeweils die besten Mannschaften geehrt.

Als Rahmenprogramm ging es u.a. von Limassol auf eine sogenannte »Bay Shuffle Cruise«, im Amphitheater in Kourion stieg eine Götterparty mit landestypischer Folklore und an einer speziellen Location, dem Aphroditefelsen, wurden die Teilnehmer in das Fotoshooting eingewiesen.

Das Zusammenspiel zwischen den Spielen und dem zusätzlichen Rahmenprogramm stärkte den Teamgeist und gab den Teilnehmern ausreichend Schub für zukünftige Vertriebsziele.

# INCENTIVE

## Wettbewerbsreise



*Management:*

**Mathew-Incentive**  
Heidelberg

*Firma*

**Generali Lloyd Versicherung**

## Projektierung

Die besten selbständigen Außendienstler aus Baden-Württemberg sollten als Gewinn eines Wettbewerbs nach Hamburg reisen.

## Konzeption

Da Hamburg nicht nur die Reeperbahn zu bieten hat, sollte ein Rahmenprogramm erarbeitet werden, das dem besonderen Personenkreis und dem Anlass dieser Reise gerecht wird.

## Organisation

Es mussten die komplette Anreise, die Übernachtung sowie das Rahmen- und Abendprogramm für ca. 30 Personen organisiert werden.

## Realisation

Da es sich um einen Wettbewerbsgewinn handelte, kamen die Gewinner per Flugzeug nach Hamburg. Nach der traditionellen Stadtrundfahrt unternahmen sie mit einer Barkasse eine Hafentrophy durch den Hamburger Hafen.

Am Abend besuchten sie das Musical Buddy Holly und genossen das Rockn Dine Menu.

Nach dem morgendlichen Frühstück auf dem bekannten Fischmarkt wurden die Teilnehmer mit Livemusik aus Hamburg verabschiedet.

## Nachbereitung

Die Wettbewerbsgewinner waren sich einig, dass eine solche Veranstaltung ein erneuter Ansporn für das kommende Jahr ist.

# KONGRESS

Europäischer Kongress für  
Anästhesie



*Management:*

**Mathew-Incentive**  
Heidelberg

*Firma*

**Hoffmann La Roche Grenzach Whylen**  
**Organon Teknika Niederlande**  
**Pharmacia & Upjohn Erlangen**

## Projektierung

Für diesen 4-tägigen europäischen Kongress musste die Organisation aufgebaut werden und für drei Firmen die Hotelreservierungen mit Rahmenprogramm durchgeführt werden.

## Konzeption

Da die entsprechenden Bettenkapazitäten in einem Hotel nicht ausreichten, mussten die Kongressteilnehmer auf verschiedene Hotels verteilt werden. Ebenso verhielt es sich beim Rahmenprogramm.

## Organisation

Es mussten der Kongress, die Übernachtungen und das Rahmenprogramm für ca. 400 Personen organisiert werden.

## Realisation

Der Kongress fand in Frankfurt statt. Die Teilnehmer übernachteten im Hotel Marriott, Holiday Inn und Meridien Parkhotel.

Eine Firma z.B. bewirtete seine Teilnehmer durch Catering im historischen Römer von Frankfurt.

Ein großes Rahmenprogramm mit u.a. typischen Frankfurter Bänkelsängern fand in der Römerhalle statt.

## Nachbereitung

An alle Teilnehmer wurden Fragebögen verteilt, um die Akzeptanz auf solch einem Kongress herauszufinden. Die Zustimmung war überwältigend: Der Kongress findet nun alle 4 Jahre statt.

# TAGUNG

## Kick-off Veranstaltung



*Management:*

**Mathew-Incentive**

Heidelberg

*Firma*

**VDO Kienzle Frankfurt**

## Projektierung

Das Kick-off-Meeting sollte eine Veranstaltung sein, bei dem die allgemeine Lage und Realisierungsmöglichkeiten für die erfolgreiche Vermarktung besprochen werden sollten.

## Konzeption

Da die Mitarbeiter aus ganz Deutschland anreisen, sollte eine zentrale Location mit Event ausgewählt werden, bei der auch der Teamgeist gefördert werden konnte.

## Organisation

Es mussten die komplette Anreise, die Übernachtung sowie das Rahmen- und Abendprogramm für ca. 120 Personen organisiert werden.

## Realisation

Die Kick-off-Veranstaltung fand im Steigenberger Hotel in Mannheim statt. Als Location für die Outdoor-Veranstaltung wurde das Strandbad in Mannheim ausgewählt, ein idealer Platz für die Off-road Team Trophy. Mit Jeeps und großen LKWs mussten u.a. ausgefahrene Tracks und Hindernisse überwunden und knifflige Trails bestanden werden. Das Navigieren im Gelände, die Fahrt mit einem Powerboat und eine Schlauchboot-Tour rundeten die Outdoor-Veranstaltung ab.

Als Location für die Abendveranstaltung wurden die Räumlichkeiten des Holzkistls ausgewählt. Hier gab es u.a. als besonderes Highlight das Dessertbuffet à la Traumschiff sowie Darbietungen verschiedener Künstler.

# VIP-TAGESVERANSTALTUNG

## Kundenbindung



*Management:*

**Mathew-Incentive**  
Heidelberg

*Firma*

**Airport Club Frankfurt**

## Projektierung

Für die Mitglieder des Frankfurter Airport Clubs sollte der Besuch der EXPO 2000 zu einem besonderen Highlight werden.

## Konzeption

Die Mitglieder reisten als VIP-Group nach Hannover auf die EXPO und besuchten eine Abendveranstaltung für besondere Gäste aus Kultur, Politik und Showbusiness.

## Organisation

Es mussten die komplette Anreise, die Übernachtung sowie das Rahmen- und Abendprogramm für ca. 50 Personen organisiert werden.

## Realisation

Als VIP-Group erfuhren die Mitglieder des Airport Clubs auf der EXPO 2000 eine besondere Behandlung. Sie erhielten die volle VIP-Führung und -Betreuung durch geschulte Hostessen während des gesamten Aufenthalts auf dem Messegelände. Das besondere Highlight war der Besuch des Pavillons »Zukunftsvisionen«, »World of vision« und »Unsere neue Welt«.

Die VIP-Abendveranstaltung bot ein Programm der Superlative: u.a. Akrobaten und Künstler aus allen Teilen der Erde, Bungee-Springen etc.

## Nachbereitung

Ein Event wie zur EXPO 2000 soll auch in Zukunft zur weiteren Kundenbindung veranstaltet werden.

# WOCHENENDREISE

Betriebsausflug



*Management:*

**Mathew-Incentive**

Heidelberg

*Firma*

**Atex Computer Frankfurt**

# Projektierung

Die Mitarbeiter sollten nach einem sehr erfolgreichen Jahr ein besonderes Event als Betriebsausflug erhalten.

# Konzeption

Da die Mitarbeiter aus verschiedenen Standorten anreisen, sollte eine zentrale Location ausgewählt werden, von der aus auch ein attraktives Rahmenprogramm möglich war.

# Organisation

Es mussten die komplette Anreise, die Übernachtung sowie das Rahmen- und Abendprogramm für ca. 100 Personen organisiert werden.

# Realisation

Es wurde der Freizeitpark Idar-Oberstein ausgewählt, in dem die vielfältigsten Rahmenprogramme umgesetzt werden konnten.

So z.B. als Freizeitprogramm

- Bogenschießen
- Bärenschießen
- Armbrustschießen

und als Abendprogramm

- Hunsrückgelage mit dem Schinderhannes und Julchen als Räuber und einer Musikkapelle als musikalische Begleitung durch den Abend.

# Nachbereitung

Es wurden alle Beteiligten befragt und keine organisatorischen Mängel festgestellt.