

# Spielerisch zum Erfolg – Gamification beim MICE Club LIVE

Der MICE Club veranstaltet als Branchencommunity regelmäßig Events zum Wissenstransfer und Austausch in der MICE- und Eventbranche. Beim MICE Club LIVE in München wurde 2017 das erste Mal mit großem Erfolg eine Gamification-Strategie angewandt, um den Mehrwert für Teilnehmer, Veranstalter und Partner zu steigern.

## Das Event

Der MICE Club LIVE findet jährlich statt und richtet sich an Veranstaltungsplaner aus Unternehmen, Agenturen sowie Verbänden. An zwei Tagen erwartet die rund 80 Planer ein abwechslungsreiches Programm. Von innovativen Vorträgen bis interaktiven Workshops – der Wissenstransfer steht dabei im Mittelpunkt. In einem kreativen und persönlichen Umfeld diskutierten am 19. & 20. Juni 2017 Anbieter und Eventplaner gemeinsam in München über das Thema "Future Trends". Entwicklungen in Produkt-, Vertriebs- und Arbeitswelten waren dabei genauso Thema wie sich diese auf die Veranstaltungsbranche auswirken.

Mehr Information zum MICE Club LIVE finden Sie hier.

## Die Ausgangssituation

Der MICE Club LIVE ist eine etablierte Veranstaltung, bei der Teilnehmer wertvolle Kontakte knüpfen sowie frische Impulse für ihre eigene Arbeit erhalten. Obwohl die Veranstaltung bereits seit mehreren Jahren eine Event-App nutzt, legen die Veranstalter Wert darauf, mutig neue Konzepte und Formate zu probieren und so Entwicklungen im Bereich Eventtechnologie für die Teilnehmer erlebbar zu machen. Im Sinne des Veranstaltungsthemas "Future Trends" wurde auf Eventtechnologie gesetzt, um die Interaktion zwischen Besuchern und mit den Locationpartnern zu unterstützen. Darüber hinaus war es den Veranstaltern ein Anliegen, das Event so fesselnd zu gestalten, dass die Besucher am gesamten Veranstaltungsprogramm teilnehmen und nicht vorzeitig abreisen würden.

## Die Lösung: Gamification

Um diese drei Ziele – erhöhte Interaktion zwischen Teilnehmern, bewusster Entdecken aller Veranstaltungsorte und vollständige Teilnahme – zu erreichen, wurde ein spannendes Event-Spiel im Rahmen der Gamification-Funktion der Event-App geschaffen. Gamification im Veranstaltungskontext bezeichnet die Anwendung von Spielmechanismen in Form von Aufgaben, für die Teilnehmer Punkte und letztlich Preise (z.B. Hotelübernachtungen der Sponsoren oder Sachbücher der Referenten) erhalten. So werden diese zu bestimmten erwünschten Handlungen wie etwa dem Netzwerken motiviert. Eine Rangliste sowie Siegerehrung am Ende des Events macht die Teilnahme am Spiel sowie an der ganzen Veranstaltung attraktiver und unterhaltsamer.

Die *MICE Club Challenge* umfasste drei verschiedene Arten von Aufgaben und wurde während der gesamten Veranstaltung gespielt.



**Netzwerken:** Jeder Teilnehmer wurde im Vorfeld gebeten, ein Lösungswort auszuwählen, das den jeweiligen Jobtitel kreativ beschreibt. In persönlichen Gesprächen konnte dieses dann mit anderen Teilnehmern geteilt werden. Wer also neue Kontakte knüpfte, wurde einerseits mit Punkten belohnt, andererseits lieferten die Beschreibungen wie etwa "Digitalexpertin" oder "Marketing-Oktopus" gleich einen guten Eisbrecher, um ins Gespräch zu kommen.



**Teamwettbewerbe:** Im Rahmen des Programms hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, in Teams spielerisch inszenierte Wettbewerbe zu gewinnen und Punkte zu sammeln. Die Teilnehmer wurden etwa in Gruppen aufgefordert, eine Business-Idee mit einem der vorgestellten Future Trends (z.B. Robotik, AI,...) zu erarbeiten und mithilfe von Bastelutensilien darzustellen.



**Partnerlocations:** Um auch das Rahmenprogramm erfolgreich in das Veranstaltungskonzept zu integrieren, benannten die Veranstaltungsorte vorab wichtige Orte, die eine Geschichte erzählen. Die Teilnehmer wurden dadurch motiviert, alle Veranstaltungsorte ausführlich zu erkunden und über die Eingabedes Lösungswortes in der App Punkte zu sammeln.



Den verschiedenen Aufgabenarten wurden unterschiedlich viele Punkte zugewiesen. Während die Lösungswörter der Teilnehmer je 25 Punkte wert waren, erhielten die Spieler für die Lösungsworte in den Locations und Gruppenaufgaben 100 Punkte. So wurde der Mehrwert für die Partner betont und das Spiel blieb bis zum Schluss spannend.

## Richtige Bewerbung

Ein Event-Spiel entfaltet nur dann seine Wirkung, wenn es in jeder Veranstaltungsphase richtig beworben wird und die übergeordneten Veranstaltungsziele unterstützt.

## Vor der Veranstaltung

Mit dem ersten Berührungspunkt mit der Veranstaltung – der Registrierung – erfuhren die Teilnehmer gleichzeitig von der *MICE Club Challenge* und erhielten außerdem mit dem Festlegen eines persönlichen Lösungswortes eine aktive Rolle innerhalb des Spiels.

## Während der Veranstaltung

Die Challenge wurde zu Veranstaltungsbeginn nochmal ausführlich von der Moderatorin erklärt. Gemeinsam wurde das Lösungswort der EventMobi-Ansprechpartnerin vor Ort eingegeben. So konnten Teilnehmer die ersten Punkte sammeln und wussten auch gleich, wen sie bei Fragen um Hilfe bitten konnten. Ab da gab es kein Halten mehr – es wurde genetztwerkelt, was das Zeug hält. Im Laufe der Veranstaltung wurde regelmäßig der Zwischenstand verkündet, um Spannung aufzubauen und die Wettbewerbsfreudigkeit anzuheizen. Außerdem hatten die Teilnehmer innerhalb der Event-App stets die Möglichkeit zu sehen, wo sie persönlich liegen und wer gerade führt. Trotz der digitalen Komponente sollte der persönliche Austausch unter den Teilnehmern im Mittelpunkt stehen.

## Der Mehrwert für Teilnehmer



### Mehr Kontakte

Die kreativen Berufsbezeichnungen sorgten für Erheiterung und regen Austausch selbst unter zurückhaltenden Teilnehmern. Die Nutzungsberichte zeigen, dass jeder Teilnehmer im Zuge des Netzwerkspiels durchschnittlich 14 neue Kontakte geknüpft hat. Teilnehmerprofile in der App machten es leicht, sich nach dem Event zu verknüpfen.



### Aktive Teilnahme an Veranstaltung

Durch die Implementierung von Gamification wurde das gesamte Veranstaltungserlebnis mit dem Teilnehmer als Ausgangspunkt zentriert und so interaktiver und ansprechender gestaltet.



### Verbesserter Wissenstransfer

Die Teilnehmer konnten hautnah aktuelle Eventtechnologien wie Gamification im kreativen Einsatz erleben. Als Planer bleiben sie so nicht nur am Ball, sondern können in der Praxis testen, ob ähnliche Lösungen für sie einen Mehrwert bieten können.

## Mehrwert für Veranstalter

Die Erreichung der Veranstaltungsziele des MICE Club LIVE wurden durch den Einsatz von Gamification unterstützt. Die gesteigerte Interaktion mit allen Aspekten der Veranstaltung dank dem zeitgemäßen Einsatz einer Event-App unterstützte den MICE Club dabei, seine Rolle als Vordenker erneut zu unterstreichen und das Thema "Future Trends" glaubwürdig an die Zielgruppe zu vermitteln.



Foto: Frank Brehm/MICE Club

## Key Learnings

- Die Abfrage von 120 Lösungswörtern per E-Mail gestaltete sich teilweise als langwierig. Für das kommende Jahr würde sich zum Beispiel anbieten, Lösungswörter bereits im Rahmen des Registrierungsformulars abzufragen.
- Manche Teilnehmer konnten sich mit der Idee der MICE Club Challenge nicht anfreunden. Hier gilt es, das Feedback detaillierter auszuwerten und ernst zu nehmen. Andere Spielmechanismen wie etwa Trivia-Fragen können helfen, um auch diese Teilnehmergruppe anzusprechen.
- Die Einbindung der Rahmenveranstaltungen hat definitiv das Veranstaltungserlebnis angereichert. Die Feedback detaillierter auszuwerten und ernst zu nehmen. Dieser Prozess muss verbessert werden.

Mehr über Gamification bei Veranstaltungen wie MICE Club LIVE sowie weitere spannende Beispiele finden Sie im *Handbuch für Event-Gamification*.

EBOOK HERUNTERLADEN

Erleben Sie in einer persönlichen Online-Demo, wie einfach und individuell Sie Gamification für Ihr Event einsetzen können.

DEMO ANFRAGEN