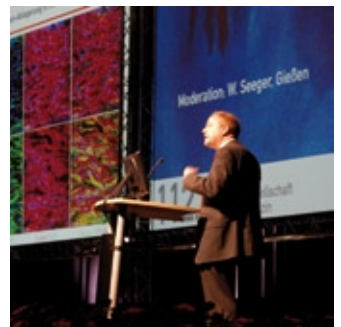
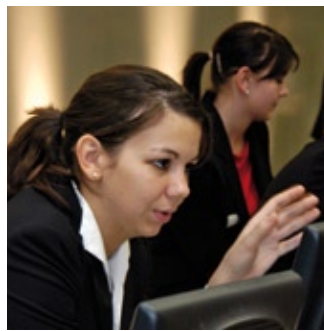


## Case Study Nr. 3 Deutsche Gesellschaft für Innere Medizin



[www.mcon-mannheim.de](http://www.mcon-mannheim.de)

# Der Internisten-Kongress der DGIM: Tradition und Innovation



REFERENZ  
Internisten-Kongress  
der DGIM  
22.-23. April 2006  
8.100 Teilnehmer

Zum 112. Internistenkongress kamen circa 8.000 Teilnehmer zu über 280 Vorträgen/Sitzungen in insgesamt 16 Säle – 456 Poster wurden erstmalig in den von m:con neu gestalteten Posterinseln präsentiert – 600 Referenten wurden in der Medienannahme betreut – 129 Aussteller belegten 3.414 qm der Ausstellungsfläche – rund 700 Teilnehmer feierten bei dem von m:con inszenierten Get-Together im Kurhaus Wiesbaden – 1.000 junge Mediziner besuchten die „CHANCES, Das Forum für junge Mediziner“.

Erstmals zeichnete ein Team der m:con für die gesamte Organisation des jährlich und seit über 100 Jahren traditionsgemäß in den Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden stattfindenden Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin e.V. verantwortlich, und übernahm neben der Finanzierung des Projektes alle konzeptionellen, kreativen, logistischen sowie technischen Aufgaben, die seitens des Kunden an m:con gestellt wurden.

Zentrale Aufgabenstellung für m:con - Die detaillierte und transparente Budgetplanung zur wirtschaftlichen Genesung des Kongresses und zugleich die Entwicklung /Umsetzung eines auch für die Zukunft einheitlichen, „jungen“ Erscheinungsbildes sowie die Optimierung der technischen und räumlichen Kongressstrukturen.

**Im Jahr 2006 übernahm m:con die gesamte Organisation für einen der größten und traditionsreichsten Kongresse Deutschlands: den Kongress der Deutschen Gesellschaft für Innere Medizin (DGIM). In diesem Jahr sollten insbesondere junge Mediziner angesprochen werden, was durch die gesamte Inszenierung der Veranstaltung umgesetzt wurde.**

LEISTUNGSPROFIL  
Internisten-Kongress  
der DGIM  
22.-23. April 2006

- Budgetierung und Finanzierung
- Veranstaltungskonzept
- Konzepte für Eröffnung und Get Together
- Aussteller- und Sponsoren-Akquise
- Raum- und Ausstellungsplanung, und -gestaltung
- Teilnehmerregistrierung und Referentenbetreuung
- Erstellung und Pflege der Homepage und des Newsletters
- Gesamte technische Ausstattung, weitgehend mit eigenem Material
- Technische und bauliche Konzeption des Bühnenbilds
- Ablaufüberwachung vor Ort
- Analyse und Abrechnung des Gesamtprojektes



FACTS  
Professionelle  
Ideen und  
Lösungen

8.100 Teilnehmer  
281 Sitzungen und Kurse  
129 Aussteller  
27 Kinder im KidsClub  
700 Teilnehmer Get together

3.414 qm Ausstellung  
16 bespielte Säle  
456 Poster  
520 m verlegte Glasfaserkabel  
21 Videobeamer  
71 PC's  
10.000 Tagungstaschen  
99 Sitzwürfel  
40 Olivenbäume

MANPOWER  
Ein Netzwerk  
aus Charme  
und Spezialisten

105 Mitarbeiter,  
davon  
7 im Organisationsteam  
14 am Tagungscounter  
30 Technikern  
4 für die Ausstellung  
54 Hostessen