

## **DMV-MICE e.V.**

**Zweck des Vereins** ist die Ausbildung und Entwicklung der Kongress- und Veranstaltungs-Wirtschaft (MICE) in Deutschland und Marokko, **Wissenstransfer für die Bereiche Veranstaltungs-Know How** und Veranstaltungs-Technik sowie die Förderung der marokkanischen Wirtschaftsstruktur im Allgemeinen. Dies bedeutet auch **Schaffung von nachhaltigen Arbeitsplätzen in Marokko unter Beteiligung deutscher Firmen in den verschiedensten Branchen bzw. Märkten der Veranstaltungswirtschaft.**

### **Das Königreich Marokko**



**Das Königreich Marokko** gilt als einer der wichtigsten künftigen Quellmärkte für Tagungen, Kongresse und Events in Afrika.

**Der Verein untersucht und fördert den marokkanischen Geschäftsreisemarkt sowie die Wahrnehmung von Marokko als Meeting-Destination, um Marokko als Destination für Business-Events zu stärken.**

Die wachsende Zahl der Veranstaltungen ist für den Veranstaltungsplaner mit der Herausforderung verbunden, ständig auf dem neuesten Stand zu sein, wenn es um die Entwicklung, Planung, Organisation und Durchführung von Veranstaltungen geht.

### **Networking Plattform**

Der **DEUTSCH-MAROKKANISCHER VEREIN ZUR AUSBILDUNG UND ENTWICKLUNG DER KONGRESS UND VERANSTALTUNGS-WIRTSCHAFT e.V.** hat sich daher zum Ziel gesetzt eine Networking Plattform für die Entscheider und Führungskräfte der Meetingbranche zu sein, den Veranstaltungsplaner optimal zu informieren und bei seiner Arbeit bestmöglich durch Impulse und gebündeltes Know How zu unterstützen.



Präsident Holland und Dr. Aabadi

## **Nachhaltigkeit und Compliance**

**Der *DMV - MICE e.V.* wird sich intensiv mit den Themen Veranstaltungsrichtlinien, Nachhaltigkeit und Compliance beschäftigen.** Der Verein wird sich mit Visionen und Trends in der Meetingindustrie auseinandersetzen und die MICE Tourismusbildung und die veränderten Bedürfnisse und Branchenausrichtungen zu optimieren:

Es werden Themenbereiche wie Zukunftstrends der Branche, Eventmarketing, Eventcontrolling, rechtliche Fragen, neue Veranstaltungsformate und Innovationen in der Branche behandelt.

Denn letztlich entscheidet bei vielen Kunden vor der Buchung weniger die faktische als die gefühlte Lage, deswegen werden den Marokkanern langfristige „vertrauensbildende Maßnahmen“ innerhalb der Branche empfohlen, um **das touristische Image ein Stück weit abzukoppeln.**