

Leidiger „Pharmakodex“ im Fokus

Kongress der HSMA vom 2. bis 4. Juni im Hotel Colosseo im Europapark Rust beschäftigt sich mit aktuellen Branchenthemen

■ AHGZ, 7.5.05

STUTTGART „Wir müssen hierzu einfach aufklären“, war der Kommentar von Haakon Herbst, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied der HSMA Deutschland (Hospitality Sales & Marketing Association) auf die Frage, wie es zur Aufnahme des Themas „Pharmakodex“ in das Kongressprogramm des Verbandes kam.

Mit Gerhard Bleile, Pressesprecher des Pharma-Fortbildungs-Forums und 1. Vorsitzender der Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren, konnte die HSMA eine derjenigen Persönlichkeiten als Referent gewinnen, die zurzeit wohl mit am tiefsten mit dem Kodex vertraut sind. Nach einem Vortrag, der Hintergründe, Entstehung und Definitionen des „Pharmakodex“ beleuchtet, wird Bleile den Kongressteilnehmern anschließend Rede und Antwort stehen.

Die Aufnahme des brandaktuellen „Pharma-Themas“ hat die anderen Marktthemen des Kongresses noch verstärkt. Die elementaren Bausteine des Marketingmix kommen im Rahmen des HSMA-Jahreskongresses in den Fokus: der Kongress dient als Arbeitsplattform und Fortbildungsveranstaltung mit Fachvorträgen und interaktiven Arbeitsgruppen in zielgruppenspezifischen Foren. Vier Foren zu den Themen „Verkaufsmanagement“, „Verkäufer heute“, „E-Commerce“ und „Revenue Management“ stehen den Teilnehmern zur Auswahl. „Aus den Erfahrungen der letzten Jahre und aus dem Wunsch, zielgruppengerechte



Ein kolossaler Tagungsort wartet auf die HSMA-Gemeinde.

Foto: Europapark

Vorträge zu bieten entstand die Idee, in Foren zu arbeiten.

So wird das Forum „Verkaufsmanagement“ von Spezialisten wie Gabriele Schulze, Geschäftsführerin der Best Western Hotels Deutschland, Michael Simon, Regional Director of Global Sales Austria, Germany & Switzerland für die Marriott International Hotels, Günther Wieser, Travel Manager der AstraZeneca GmbH sowie Michael Gudra, Partner der Mercuri International Deutschland GmbH durchgeführt. Ein weiteres Forum zum Thema Verkauf spricht die aktiven Verkäufer, GMs aus Privat- und Kettenhotellerie sowie Revenue-, Front-Office- und Reservation-Manager an: Thomas T. Kraft, Vorstandsvorsitzender der IFH

Aktiengesellschaft behandelt das Thema „Verkäufer heute“ und beleuchtet, ob der heutige Sales Manager die Libero-Funktion oder eher strategische Funktion übernehmen muss, um erfolgreich zu sein. Dieses Forum ist gleichzeitig der CSP-Power Day der IFH Aktiengesellschaft.

Zwei weitere Foren zu den Themen „E-Commerce“ (Referenten: Carmen Dücker, Director Electronic Information & Distribution der Best Western Hotels Deutschland GmbH und Karim Lankarany, Senior Category Manager Reise der E-Bay GmbH) und „Revenue Management“ mit den Referenten Michael Bauer, Director of Operations der Event Management GmbH & Co. KG sowie Jan L.M. Mul,

Director of Revenue Strategy, The Ritz Carlton Berlin und Berlin Marriott Hotel bilden das weitere Forumangebot. Drei Foren sind von den Kongressteilnehmern wählbar – die Auswahl erfolgt im Rahmen der Online-Anmeldung. Key Note Speeches vor dem versammelten Plenum runden das Angebot ab: zum Thema „Eventisierung von Hotelprodukten“ wird Günter Mainka, Managing Director der Twilight Events Deutschland GmbH erläutern, wie ein Hotelprodukt optimal als Marketinggrundlage genutzt werden kann. Ray Bloom, Gründer und Chairman der IMEX wird am Beispiel der soeben erst stattgefundenen IMEX darstellen, was Deutschland als Destination so interessant macht, welche Entscheidungen relevant sind für den Veranstaltungsort Deutschland und wird außerdem die Trends im Meetings- und Incentive-Travel Markt darstellen.

Last but not least bildet die Verleihung des HSMA-Marketing Awards „SAM“ einen Höhepunkt der Veranstaltung: im Rahmen des Galadiners Cirque d'Europe werden all diejenigen Branchenkollegen ausgezeichnet, die in den Kategorien „Produkt“, „Preis“, „Kommunikation“ und „Distribution“ im vergangenen Jahr Besonderes geleistet haben.

► Weitere Informationen sowie die Möglichkeit der Online-Anmeldung unter www.hsma.de oder in der Geschäftsstelle des Verbandes unter (02622) 907380. Anmeldeschluss zum Kongress ist der 25. Mai 2005.

Fun Factory ist bestes Eventcenter

■ AHGZ, 7.5.05 / gm

DORTMUND Die Verleihung des 5. German Disco Awards fand jetzt in der Dortmunder Prisma Nachterlebniswelt statt. Mehrere hundert Discoteeken aus ganz Deutschland hatten sich für den vom Fachmagazin *discret* ausgeschriebenen Preis beworben. In der Kategorie bis 1000 Quadratmeter wurden folgende Sieger vorgestellt: Platz 1 für CB Entertainmentcenter in Cottbus, Platz 2 für Savoy in Göttingen, Platz 3 für Late Nite in Osterholz-Scharmbeck. Sieger der zweiten Kategorie (1000 bis 2000 qm) wurden: MEC in Hannover (Platz 1), PM in Untermeitingen (Platz 2), Inkognito in Celle (Platz 3).

Die dritte „Königs-Kategorie“ war Eventcentern mit über 2000 qm Fläche vorbehalten: die Siegerpokale wurden von drei deutschen Schönheitsköniginnen, darunter die amtierende Miss Germany Antonia Schmitz, überreicht. Platz 1 errang Fun Factory in Wildeshausen, Platz 2 Planet Dance in Debstedt, Platz 3 Gigaparc in Dülmen.

Parkotel Adler im Zeichen der Oranjer

■ AHGZ, 7.5.05

HINTERZARTEN Die Niederländischen WM-Kicker lassen sich im Frühsommer 2006 (Qualifikation vorausgesetzt) im Schwarzwald nieder. Die Wahl des Verbandes fiel auf das Parkhotel Adler, das der Vereinigung Leading Small Hotels of the World angehört. Trainern werden van Bommel und Co. beim SC Freiburg.