

SUPERIOR HOTEL

MESSEN & EVENTS

Erste BWH Leisure Expo



„Mit der ersten BWH Leisure Expo gehen wir neue Wege und haben erstmals eine echte virtuelle europäische Cross-Border-Sales-Veranstaltung realisiert“, erklärt Serhat Götz, Direktor Leisure Sales bei BWH Hotel Group Central Europe / Foto:

Virtuelles Cross-Border-Event und eine erfolgreiche virtuelle Plattform, um Sales- und Marketingmöglichkeiten effektiv zu unterstützen: An drei Tagen konnten sich sowohl die Sales-Teams als auch Einzelhotels der BWH Hotel Group mit rund 40 Unternehmen, Kunden und Partnern aus dem Leisure- und Gruppen-Segment bei der ersten europaweiten BWH Leisure Expo virtuell austauschen und über aktuelle Themen im Leisure-Markt diskutieren.

Neben den zentralen Sales-Abteilungen der BWH Hotel Group Central Europe, die neben Hotels aus der DACH-Region auch Häuser aus sieben weiteren Ländern vertritt, waren die BWH Hotel Sales-Teams aus Skandinavien, Großbritannien, Frankreich, Italien, Südost-Europa sowie den Niederlanden und Belgien und viele individuelle Hotels der Marken Best Western und der WorldHotels Collection mit von der Partie. Das Programm umfasste unter anderem Workshops, Sales-Termine sowie Vorträge von Referenten aus der Branche.

„Wir gehen neue Wege und nutzen, dass wir europaweit aufgestellt sind. Die meisten Messen und Live-Veranstaltungen können in diesem Jahr nicht stattfinden, deshalb wollte das Team der BWH Hotel Group Central Europe mit dieser virtuellen Veranstaltung den Dialog zwischen unseren Hotels und Partnern wieder gezielt forcieren, neue Impulse auslösen und einen klaren Ausblick auf 2021 schaffen. Und dies europaweit mit Sales-Teams der BWH Hotel Group aus acht Regionen. So konnten wir erstmals eine echte virtuelle Cross-Border-Sales-Veranstaltung realisieren“, erklärt Serhat Götz, Direktor

Leisure Sales bei BWH Hotel Group Central Europe, der die BWH Leisure Expo ins Leben gerufen hat.

Europaweite virtuelle Sales-Konferenz

Zu den Highlights der virtuellen Konferenz zählten eine Live-Event-Plattform, auf der sich alle Teilnehmer online treffen und vernetzen konnten, virtuelle Face2Face-Meetings, Live-Präsentationen und Webinare sowie Round-Table-Diskussionen zu aktuellen Themen. Viele deutsche und europäische Leisure-Einkäufer, Veranstalterkunden, aber auch Referenten machten die drei Tage zu einem Event für Hotels und Partnerunternehmen. An allen Tagen gab es Online-Vorträge und Diskussions-Panels von Reiseexperten. Zu den Branchengrößen, die Impulsvorträge hielten, zählte beispielsweise Susanne Schick, Vizepräsidentin des Deutschen Reiseverbands DRV, Berlin, die einen Vortrag mit dem Titel "Future of the Travel Industry - Opportunities - Challenges - Perspectives" zur derzeitigen Lage im Markt hielt. Außerdem referierte Tom Jenkins, CEO ETOA European Tourism Association, London, zum Thema "Travel in Europe - a View and a Foresight". In diesen Zeiten gilt es, kreativ zu werden, neue Kommunikationsmöglichkeiten zu testen und unsere Stärke als internationale Gruppe individueller Hotels zu nutzen. Im direkten Dialog zwischen unseren Hotels, Sales-Abteilungen und Kunden konnten gezielte Lösungen und Angebote erstellt und die derzeitigen Herausforderungen gemeinsam gemeistert werden. So haben unsere Hotels Leads generiert und potenzielle Partner getroffen, aber auch von Top-Experten der Branche in Live-Webinaren und Round-Table-Diskussionen gelernt und sich ausgetauscht, so Götz.