

„Einblicke in das Kongressmarketing“

Barbara Schwaiger, Marketing Managerin bei Salzburg Congress, stand beim Clubabend des Marketing Club Salzburg als Expertin im Fokus.

Als Königsdisziplin des Tourismus wird das Kongressmarketing gern bezeichnet und dies ganz besonders in einer Tourismus-Hochburg wie Salzburg. Hier ist das Kongressbusiness ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor. Barbara Schwaiger, Marketing Managerin bei Salzburg Congress, lud den Marketing Club Salzburg in das 2001 neu eröffnete Kongresshaus.

Im technisch topmodernen Europa-Saal präsentierte sie die wesentlichen Erfolgsfaktoren von Salzburg Congress. Neben den ganz klassischen Marketing-Tools setzt man auf Faktoren wie



Hatten viel Spaß beim MCS-Clubabend (v. l.): Rudolf Stadler (Member Agentur Salzburg), Sonja Henhagl-Röhrich (Präsidentin Marketing Club Salzburg) sowie Barbara Schwaiger (Salzburg Congress) und Rupert Zamorsky (EC Red Bull Salzburg). BILD: SN/MARKETING CLUB SALZBURG

persönliche Beziehungen, breite Kompetenz, Servicebereitschaft, Großzügigkeit und auch Indivi-

dualität. Oberstes Ziel ist es, alle Wünsche und Bedürfnisse der Kunden zufriedenzustellen zu kön-

nen. Oft ist es ein jahrelanger Weg und eine laufendes Kontakt halten, bis sich ein Kongressveranstalter für den Standort Salzburg entscheidet. Die zusätzliche Wertschöpfung durch Hotelbuchungen, Nebenveranstaltungen, Verköstigungen etc. ist natürlich enorm. Ein kleines, hoch qualifiziertes Team hat es geschafft, eine optimale Auslastung zu erzielen und zu bewältigen. Die hohe internationale Akzeptanz von Salzburg Congress bestätigt diesen Weg.

Im Anschluss an den Vortrag und die Diskussion gab es eine Führung durch das gesamte Haus. Vom Foyer nahm man den direkten Weg ins unmittelbar angrenzende Hotel Sheraton, wo im Zuge des „Sheraton After Work“ bei Tapas und Drinks weiter diskutiert und genetzwerkt wurde.

Mehr Infos unter:

WWW.MARKETINGCLUB-SALZBURG.AT