

Mit neuer MICE-Lotsin in die Zukunft

Jetzt lockt Sarah Barre Kongresse und Tagungen nach Bremerhaven

29.01.2021: Bremerhavens MICE-Szene hat eine neue Lotsin: Weil sich die bisherige Fachfrau, Rieke Nagel, im letzten Herbst für ein Studium entschied, ist jetzt Sarah Barre von der Erlebnis Bremerhaven GmbH erste Ansprechpartnerin für alle Interessierten, die die Stadt und ihre 60 Locations, 20 Hotels, 13 Museen oder den Weserstrand als Bühne für ein Meeting, eine Tagung, einen Kongress oder ein Event nutzen möchten. Doch die Kundenseite ist derzeit noch zurückhaltend. So nutzt Sarah Barre die Zeit, um sich bei den touristischen Partnern in Bremerhaven zunächst vorzustellen. Auch der etablierte Stammtisch soll eventuell in digitaler Form wiederbelebt werden – coronabedingt fiel er im letzten Jahr aus. „Die Rahmenbedingungen sind kurzfristig nach wie vor schwierig, aber viele Unternehmen und Verbände schauen bereits ins vierte Quartal 2021 oder ins nächste Jahr – da wollen wir im Entscheidungsmoment präsent sein“, zeigt sich Geschäftsführer Dr. Ralf Meyer optimistisch.

Seit Januar 2020 arbeitet die 23-jährige studierte Touristikerin in der Abteilung Service und Vertrieb der Tourismusgesellschaft. Da die Seestadt ihre Heimatstadt ist, kennt sich die junge Frau, die sich schon 2015 für die Sail Bremerhaven engagiert hat, sehr gut aus. „Wir sind überzeugt“, so Geschäftsführer Dr. Ralf Meyer, „dass die neue MICE-Lotsin in die Fußstapfen ihrer Vorgängerin passt“.

Auf der Agenda steht zuerst das Kennenlernen aller Partner, da persönliche Kontakte für die neue Aufgabe maßgeblich sind. Mit den Hotels und Einrichtungen bespricht Sarah Barre auch, wie sich Bremerhaven schnell und flexibel auf veränderte Bedingungen einstellen kann, um weiterhin kundenfreundlich zu sein. Kurzfristige Stornierungsmöglichkeiten sind unter anderem die Antwort. Viel Zeit fließt auch in die Ausarbeitung eines attraktiven Rahmenprogramms für den Verband deutscher Reisejournalisten VDRJ, der im September seine Jahrestagung in der Seestadt abhalten will.

Um weiterhin in den Köpfen der Entscheider präsent zu sein, baut die neue MICE-Lotsin unter anderem auf eine Aktion des letzten Herbstes auf, in der rund hundert potenzielle Kunden mit einem besonderen Mailing angeschrieben wurden: Das Anschreiben kam in Form eines Schiffes und als Beigabe gab es das flotte Sail-Maskottchen „Kuddel“ dazu. Die Adressaten zu kontaktieren, schriftlich oder telefonisch die Vorzüge Bremerhavens zu präsentieren und für eine maritime Tagung „am Fluss der Zeit“ zu werben, steht jetzt an. Die Aufgabe, aktiv auf bestehende und potentielle Kunden zuzugehen und den Kontakt zu halten sowie Neukunden für die Seestadt zu begeistern, wird bleiben.

2.611 Zeichen

