



NACH DÜSSELDORF lädt der BME diesmal Geschäftsreise- und MICE-Manager ein.

# Travel, MICE & More

**BME-KONGRESS** – Zwei Tage lang beschäftigt sich der Einkäuferverband mit Themen aus dem Geschäftsreise- und Veranstaltungsbereich. Medienpartner ist BizTravel.

TEXT: OLIVER GRAUE

Best Practices in der Beschaffung, Umsetzung von Lean Management, Reporting und moderne Methoden und Software – mit diesen und weiteren Themen beschäftigt sich der BME-Kongress Travel, MICE and More, der am 30. Juni und 1. Juli im Maritim-Hotel Düsseldorf stattfindet. Traditionell bietet der Verband neben Vorträgen und Diskussionen im Plenum parallele Fachforen und Runde Tische für Travel und MICE. Medienpartner der Veranstaltung ist erneut BizTravel.

Zu den Referenten zählen Michael Müller, Verwaltungschef beim japanischen Pharmakonzern Daiichi Sankyo, der den „integrierten Managementansatz“ erläutern wird, sowie die Siemens-Flugticket-Einkäuferin Susanne Steinmann. Sie wird sich mit Themen wie „günstigster Preis“ und „Kerosinzuschlag“ beschäftigen. Wie eine oberste Bundesbehörde ihre Geschäftsreisen organisiert, erklärt Hans-Jörg Schäper aus dem Bundeskanzleramt in Berlin. Detail-Aspekte aus den Bereichen Travel Ma-

agement und MICE werden wie gewohnt in den parallel stattfindenden Fachforen diskutiert. Den morgendlichen Einstieg in den zweiten Veranstaltungstag bilden Gespräche an Runden Tischen, die jeweils von Anbieterunternehmen aus der Branche geleitet werden. Zum Abschluss wird Reinhard Pfeiffer von 3F über die Zusammenarbeit von Einkauf und Vertrieb im Travel Management sprechen. Informationen und Anmeldung:

[www.bme.de/kurzuebersicht.10058348.0.html](http://www.bme.de/kurzuebersicht.10058348.0.html)

## Dialog statt Vortrag

**MICE CLUB LIVE** – Bei dem Event an der Ruhr ging es darum, dass Planer und Anbieter verstärkt miteinander diskutieren.

Vier Top-Locations in drei Städten der Metropolregion Ruhr hat der MICE Club Live mit seiner zweiten Ausgabe bespielt. Mit etwa 80 Anmeldungen war die Veranstaltung diesmal zwar etwas „intimer“ als noch 2013 in Köln, diskutiert wurde aber nicht weniger intensiv, zeigt sich etwa Robert Hansmann, Geschäftsführer Upstairs GmbH, Agentur für Markeninszenierungen, zufrieden. Ziel sei es gewesen, so Agentur- und Club-Chef Dominik Deubner, „jenseits der Frontalbespielung einen Dialog zu bieten“. Eine Eigenschaft, die auch das Convention Bureau Ruhrmeeting für sich in Anspruch

nimmt: „Unser aufstrebendes und zugleich bodenständiges Ruhrgebiet steht für einen ehrlichen und verbindlichen, aber auch unkomplizierten und herzlichen Umgang mit seinen Gästen sowie untereinander“, so Ruhrtourismus-Chef Alex Biermann. Vorgestellt haben sich die Teilnehmer per Wurfmikrofon, und eine aus den Vorstellungstafeln zusammengesetzte Teilnehnergalerie sorgte für familiäre Stimmung. Ergebnis des zweitägigen Events: Die Teilnehmer wollen künftig „mehr zuhören, mehr Fragen stellen und sich nicht zu schnell mit Antworten zufriedengeben“.



INS RUHRGEBIET kam der MICE Club Live.