

23 eventsharing: darf durchaus auch als Innovation mit größerem Potenzial
24 gesehen werden. Abteilungs-, firmen- oder gar branchenübergreifend
25 angesetzte Tagungen oder Incentiveprogramme eröffnen allen Entscheidern
26 ganz neue Konzeptansätze. holstein eventmarketing spricht in diesem
27 Zusammenhang auch von einem cleveren Firmen- und Branchenmix.
28 Bemerkenswert seien auch die zu erwartenden Synergieeffekte.
29 Hotels und produzierende Agenturen für außergewöhnliche
30 Rahmenprogramme sind wesentliche Säulen des Konzeptes. Beide werden
31 auch laufend von kleinen Gruppen angefragt. Hotels sollen neben ihren
32 Hauptleistungen oftmals auch Anregungen für Rahmenprogramme geben und
33 auch Vorschläge unterbreiten. Da sie im Konzept mit von der Partie sind,
34 können Sie künftig auf eventsharing: verweisen. Dasselbe gilt auch für
35 produzierende Agenturen. Nicht zuletzt auch aus betriebswirtschaftlichen
36 Gründen. eventsharing: sei keine Suchmaschine im klassischen Sinne, so
37 Wolfgang Holstein, sondern ein Angebot für alle, die für kleine Gruppen
38 schnell und umfassend Lösungen rund um das nächste Meeting oder die
39 geplante Incentivreise suchen sollen und sich aber vorrangig um die geladenen
40 Gäste und die zu vermittelnden Inhalte kümmern wollen.
41 Mehr Informationen und Angebote unter www.eventsharing.com

Pressekontakt:

Wolfgang Holstein, c/o holstein eventmarketing • Fritz-Müller-Str. 30 • 82467 Garmisch-Partenkirchen
fon (08821) 94005 tagsüber • w.holstein@wh-events.de • www.wh-events.de

Die Veröffentlichung ist honorarfrei. Um ein Belegexemplar wird gebeten.