

# managerSeminare

DAS WEITERBILDUNGSMAGAZIN



## Trends und Themen des Tagungsmarktes

- ▶ Vom Kohlerevier zur Konferenzlocation: Tagen im Ruhrgebiet
- ▶ Vermitteln lassen statt selber suchen: Tagungshotelvermittler
- ▶ Tagen mit Showeffekt: Firmenevents im Club, Varieté oder Stadion
- ▶ Integrativ tagen: Hotels mit behinderten Mitarbeitern



Bloß nicht verzweifeln! Professionelle Tagungshotelvermittler versprechen Hilfe bei der Suche nach der passenden Tagungsstätte.

## Vermitteln lassen statt selber suchen

Gar nicht so leicht, die passenden Räumlichkeiten für Firmenveranstaltungen zu finden, angesichts von zigtausend Tagungs- und Eventlocations. Abhilfe versprechen Vermittlungsagenturen, die für jede Veranstaltung den geeigneten Ort zu finden geloben. managerSeminare stellt mehrere Agenturen und ihre Arbeitsweise vor.

■ Ob Seminare für Führungskräfte oder Vertriebsstrainings, ob Incentives für Mitarbeiter oder Produktpräsentationen: Deutsche Unternehmen führen Jahr für Jahr zahlreiche Veranstaltungen durch. 2,46 Millionen, um genau zu sein, waren es im Jahr 2009 laut der Studie „Meeting- und Event-Barometer 2010“ des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft. Für jede einzelne davon muss ein geeigneter Veranstaltungsort gefunden werden – ob nun ein kleiner Workshopraum

mit Flipchart für zehn Personen oder eine Kongresshalle, in der ein Galadinner mit mehreren hundert Menschen stattfinden kann.

Keine einfache Aufgabe, denn Deutschland ist mit Tagungshotels und -stätten reich gesegnet. Insgesamt mehr als 6.400 buhlen laut „Meeting- und Event-Barometer 2010“ um die Gunst der Tagungsgäste. In dieser Zahl sind allerdings viele kleinere Tagungshotels noch gar nicht enthalten, da die Studie

nur Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal berücksichtigt. Angesichts solcher Zahlen dürfte dem ein oder anderen Veranstaltungsplaner durchaus schwindelig werden.

Gar nicht so leicht also, angesichts dieser schiereren Masse den Überblick auf dem Tagungsmarkt zu behalten. Zumal für die Suche und Buchung von Veranstaltungsräumen oft Mitarbeiter zuständig sind, die sich nicht ausschließlich mit diesem Thema beschäftigen, sondern

nur einen kleinen Teil ihrer Arbeitszeit darauf verwenden – etwa Assistenten der Geschäfts- oder Abteilungsleitung oder Mitarbeiter aus der jeweiligen Fachabteilung, die die Veranstaltung durchführen will. „Wer für die Veranstaltungsplanung zuständig ist, hängt vom Grad der Professionalisierung des Tagungsbereichs innerhalb eines Unternehmens ab“, erläutert Christoph Schwind, Inhaber und Geschäftsführer der Tagungshotelvermittlungagentur meetingmasters aus Trier. Manchmal würden sogar Praktikanten oder Auszubildende damit beauftragt, die passende Location zu finden.

### Veranstaltungsplaner kennen meist den Markt nicht

Die oftmals mangelnde Marktkenntnis der Veranstaltungsplaner ist denn auch nach Einschätzung von Andrea Scholze, Geschäftsführerin des Tagungshotelvermittlers meetingpoint in Ludwigshafen, eine der größten Schwierigkeiten bei der Suche nach einer geeigneten Veranstaltungsstätte. Die meisten müssten sich bei ihrer Suche auf die Angaben und Fotos des jeweiligen Hotels verlassen. „Ob es aber direkt an einer Hauptstraße liegt oder mitten im schönsten Konferenzraum eine Säule steht – das sieht man nicht immer, und das bekommt der Bucher vom Hotel auch nicht unbedingt gesagt.“

Professionelle Vermittlungsagenturen verfügen indessen über Insiderwissen, da sie die Hotels zum Teil selber kennen oder zumindest von Teilnehmern und Veranstaltern Rückmeldung zu den Häusern bekommen. „Der Kunde kann sich ziemlich sicher sein, dass er keine böse Überraschung erlebt“, meint Scholze. Wenn ein Unternehmen also nicht auf ein Stammhotel zurückgreifen kann, sondern eine Veranstaltungsstätte sucht, die es noch nicht kennt, ist es ihrer Einschätzung nach sinnvoll, auf eine Vermittlungsagentur zurückzugreifen. Auch Elga Freund-Noth von der Vermittlungsagentur „Die TAgentur“ aus Wiesbaden sieht die Branchenkenntnisse als einen der großen Vorteile von professionellen Agenturen. „Wir kennen den Markt“, erklärt sie selbstbewusst. Diese Einschätzung kommt nicht von ungefähr: Sie und ihre Co-Geschäftsführerin Sabine Schauer-Plass sowie die Angestellten der Agentur verfügen alle über abgeschlossene Hotelfachausbildungen.

### Eine Agentur zu beauftragen, spart Zeit und Arbeit

Neben ihrer Marktkenntnis verweisen alle Tagungshotelagenturen unisono auf einen weiteren Vorteil für Veranstaltungsorganisatoren, die ihre Vermittlungsdienste in Anspruch nehmen: die Zeitersparnis. Während normalerweise der Veranstaltungsplaner selber geeignete Hotels recherchieren, auswählen und kontaktieren muss, um konkrete Angebote einzuholen, erledigen diese Arbeitsschritte bei einer Anfrage an einen Tagungshotelvermittler die Agenturmitarbeiter – was neben Zeit auch Geld spart, weil die Mitarbeiter des suchenden Unternehmens ihre Arbeitskraft für andere Aufgaben verwenden können. Der Kunde bekommt am Ende eine Auswahl von bis zu zehn Hotels – die genaue Anzahl schwankt je nach Agentur und Anfrage – einschließlich einer genauen Kostenkalkulation präsentiert, die auf seine Vorgaben passen. Das Ganze geschieht normalerweise innerhalb von 24 Stunden.

Nicht nur mit dieser Schnelligkeit, sondern auch mit einem großen Portfolio können die meisten Tagungshotelvermittler punkten: Überregionale Tagungshotelvermittler haben üblicherweise mehrere tausend Häuser in ihrem Pool. Meetingmasters etwa arbeitet mit insgesamt 12.000 Häusern zusammen, davon 8.000 in Deutschland. Allerdings: Um in dem Pool der Trierer Agentur zu landen, müssen die Hotels keine besonderen Qualitätskriterien erfüllen. „Wir bilden nur den Markt ab“, erläutert Schwind. Falls Kunden es wünschen, können aber bei der Suche zum Beispiel ausschließlich Hotels berücksichtigt werden, die als „Certified Conference Hotels“ ausgewiesen sind – ein in der Branche anerkanntes Qualitätssiegel, das vom Verband Deutsches Reisemanagement vergeben wird. Meetingpoint hingegen prüft die Hotels auf gewisse Mindeststandards, bevor sie in den Katalog aufgenommen werden. So muss das Hotel über mindestens zwei Konferenzräume, die ausschließlich für Firmenveranstaltungen zur Verfügung stehen, sowie mindestens zehn Gästezimmer verfügen. Auch die Unterlagen und die Website werden darauf geprüft, ob das Hotel als Tagungsort geeignet ist.

### Vorteil für die Kunden: Die Suche ist kostenlos

So weit, so gut, aber was kostet den Kunden das Ganze? Das Geschäftsmodell

der Tagungshotelvermittlungsagenturen ist im Kern immer das Gleiche: Ihre Dienste sind für die Suchenden kostenlos. Die Agenturen finanzieren sich über eine Provision der Hotels, die sie dann erhalten, wenn die von ihnen vermittelte Veranstaltung tatsächlich stattfindet – bei Stornierungen gehen die Agenturen also leer aus. Aber: Schlagen die Hotels diese Provision nicht einfach bei den Tagungskunden wieder auf die Rechnung drauf? Die Vermittler verneinen das alle. Gerade um das zu vermeiden, lassen sich viele Agenturen von den Hotels, mit denen sie zusammenarbeiten, garantieren, dass sie von den Agenturkunden keinen höheren Preis verlangen als bei einer direkten Anfrage. „Ein Hotel darf keine höheren Raten verlangen, als auf seiner Homepage angegeben sind, sonst fliegt es bei uns raus. Da sind wir rigoros“, erklärt Elga Freund-Noth von der TAgentur. Nicht alle Agenturen wollen sich dabei auf die bloßen Zusagen der Hotels verlassen. Meetingmasters etwa prüft stichprobenartig, ob sich die Hotels tatsächlich an ihre Zusage halten, indem sie die gleiche Veranstaltung zum selben Zeitpunkt nochmals unter anderem Namen anfragt. Bislang ist man bei diesen Stichproben noch auf keine schwarzen Schafe gestoßen.

Manchmal können die Vermittlungsagenturen für ihre Kunden sogar Preise aushandeln, die unter den Standardtagungsraten der Hotels liegen. „Wenn jemand eine Veranstaltung für 10.000 Euro einmal in fünf Jahren bei einem Hotel anfragt, dann bekommt er keinen Preisnachlass. Wir haben hingegen eine gewisse Nachfragemacht, weil wir viele Veranstaltungen vermitteln. Daher können wir mit den Hotels besser Preisnachlässe verhandeln – sie sind uns gegenüber beweglicher“, erklärt Schwind die besondere Position der Vermittlungsagenturen. Diese Nachlässe werden zu hundert Prozent an die Kunden weitergegeben, versichert Schwind. ■

### Linktipps

- ▶ [www.meetingmasters.de](http://www.meetingmasters.de)
- ▶ [www.agentur-meeting-point.de](http://www.agentur-meeting-point.de)
- ▶ [www.die-tagentur.de](http://www.die-tagentur.de)