

Event Competence entwickelte eine Online-Datenbank mit vielen Details

Veranstaltungsinfos auf Abruf

The screenshot shows the website 'event competence + compagnie' with a navigation menu on the left and a main content area. The main content area is titled 'Radisson SAS Hotel, Frankfurt' and 'VA-Raum1: Ballsaal Dow'. It features a table with columns for 'Detailfrage', 'Antwort', 'Wert', 'Fakten', and 'Fotos'. The table contains several rows of information, including 'Raumspezifische Fotos erstellt von Professional Hotel Facts' and 'Raumspezifische Pläne vom Hotel zur Verfügung gestellt'. A list of links for various room details is also visible, such as 'Ballsaal Dow Masse', 'Ballsaal Dow Energie Teil 1', and 'Ballsaal Dow Grundriss'.

Frankfurt/M (6.7.2007).

Firmenentscheider, Bucher und Eventagenturen vergeuden viel Zeit und Geld bei der Vorbereitung von Meetings und Veranstaltungen, da sie von der Hotellerie kaum brauchbare Informationen über die technischen, funktionalen und gestalterischen Möglichkeiten der einzelnen Häuser erhalten. Für die Hotels eine brisante Unterlassungssünde, im schlimmsten Fall entgeht ihnen dadurch viel Geschäft. In diese Lücke stößt das Frankfurter Unternehmen Event Competence. Es entwickelte eine Online-Datenbank, die rund 1.200 Details aus dem Tagungsbereich eines Hotels enthält.

Der tagtägliche Zustand ist eigentlich unverständlich. "Das Vermieten von Tagungs- und Veranstaltungsräumen ist ein Kerngeschäft der Hotellerie", sagt Fritz Pütz, einer der Partner der Agentur Event Competence. Aber der Vertrieb dieser "Ware" geschieht in seinen Augen wenig professionell. Viel Geld werde für Hochglanz-Bankettmappen, Imagebroschüren, Internet-Auftritte und Werbefotos ausgegeben - all das ist aber für Planer aus Firmen oder Agenturen nahezu wertlos, da diese Verkaufsinstrumente kaum entscheidungsrelevante Fakten über das Hotelprodukt enthalten.

Fritz Pütz kann sich als langjähriger Verkaufs- und Marketing-Mann in der Hotellerie (Dorint, InterContinental Hotels) dieses Urteil erlauben. Sein Competence-Partner Sven

Eichenlaub kennt die Ignoranz der Hotels sogar aus eigener Erfahrung als Event-Veranstalter. "Die Buchung eines Tagungshotels ist mehr als eine Verfügbarkeitsabfrage", stellt Pütz fest und fragt sich, warum Planer die nötigen Infos und Daten über Raumgrößen, Stromanschlüsse oder die exakte Höhe und Breite von Türen eigentlich selbst besorgen müssen. Um gleich die Antwort zu geben: Diese Daten sind in den meisten Hotels nicht verfügbar, weil sie nirgendwo aufgezeichnet sind. Ein weiteres Problem ist die hohe Mitarbeiter-Fluktuation. Wenn



Fritz Pütz

ein Veranstaltungs- oder Bankettleiter die Räume tatsächlich einmal aufgemessen hat, gelangen diese Informationen so gut wie nie in die Hände seines Nachfolgers.

Den Planer aber interessiert zuerst einmal nicht, wie viele Personen bei Theaterbestuhlung in einen Raum passen oder welche Tischdekorationen bei einem Bankett möglich sind. Er möchte wissen, ob und wie er Präsentations- und Ausstellungsstücke, Dekorationen und technische Geräte in den Saal bekommt, wie er planerisch und organisatorisch bei der Vorbereitung seines Events vorgehen kann. Die dazu benötigten Fakten müssten in jedem Tagungshotel "auf Abruf" bereit stehen, meint Pütz, "denn erst die Klärung der logistischen Details sichert dem Hotel eine Buchung." Das aber scheint vielen Verantwortlichen, vor allem auf Direktoren-Ebene, nicht bewusst zu sein.

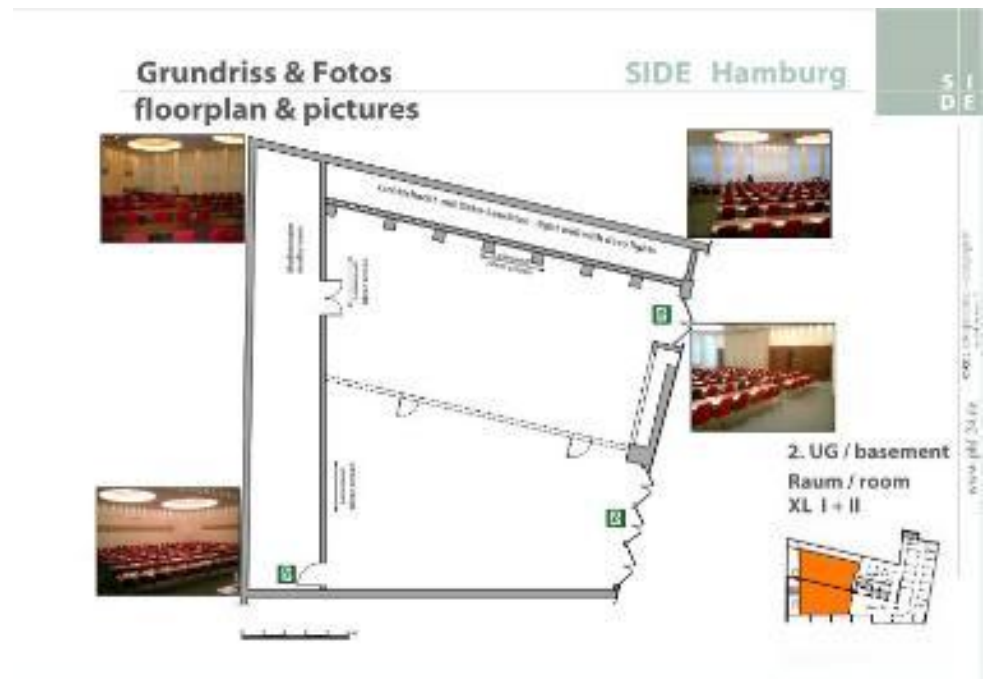
Ein Vergleich mit anderen Branchen macht das Problem deutlich. "Stellen Sie sich vor, Sie wollen ein Auto kaufen und erfahren nur, dass Ihr Lieblingsmodell mit Automatik- oder Schaltgetriebe angeboten wird. Alle anderen Informationen müssten Sie mühselig über Anrufe oder Besuche beim Händler recherchieren. Ein echter Wahnsinn - für Kunde und Verkäufer." Die Autoindustrie aber hat natürlich alle Fahrzeugdaten verfügbar, online und in Broschüren. Pütz: "Wieso gibt es diese Datentiefe und Qualität nicht in der Hotellerie?" Zwei- bis dreistellige Millionenbeträge werden verbaut - meist nach dem Prinzip Design vor Funktionalität - und dann findet der Planer/Bucher für das Kernprodukt "Meetings & Events" lediglich Quadratmeterangaben und Bestuhlungsgrößen.

Um diesen Zustand zu verändern, schritten Pütz und Eichenlaub zur Tat. Sie entwickelten das Tool "Professional Hotel Facts" (PHF), eine Online-Datenbank, die rund 1.200 Details aus dem Tagungsbereich eines Hotels enthält. Damit lassen sich sofort alle Fragen, die täglich in den Bankettbüros und im Verkauf der Hotels eingehen, beantworten. Ein Tagungshotel, das mit diesem Tool arbeitet, schafft einen hohen Mehrwert im Sinne von Zeit- und Kosteneinsparungen - sowohl bei den Firmen- und Agenturkunden als auch intern für die eigenen Mitarbeiter.

"Wir sind keine Vertriebsplattform für die Hotellerie", betont Pütz, „wir wollen nur abbilden, nicht bewerten.“ Schliesst ein Hotel einen Vertrag mit Event Competence, schickt die Agentur ihre eigenen Experten ins Hotel, die zwei bis vier Tage brauchen, um

alle veranstaltungsrelevanten Räume, Foyers, Einfahrten, Türen mit elektronischen Geräten zu vermessen und die Daten aufzunehmen. Sie machen eigene Digitalfotos, die nicht das schöne Design, sondern die nackte Realität abbilden und dem Planer eine Vorstellung von den Innen- und Aussenbereichen des Hotels vermitteln. Alle noch fehlenden Detailinformationen erfassen die Agenturmitarbeiter in Interviews mit

Haustechnikern, Bankettmanagern und Oberkellnern. Von spezialisierten Architekten werden anschliessend genaue Raumpläne (Masse, technische Infrastruktur, Bestuhlungsvarianten) erstellt, die von Planern auch gelesen werden können und als PDF-Datei in der Datenbank hinterlegt sind. Alle hotelspezifischen Details werden von der Agentur ins Englische übersetzt.



Die erfassten Daten werden in eine webbasierte Datenbank eingegeben, die von Event Competence auf einem eigenen Server gehostet wird. „Dazu haben wir uns entschlossen, um schneller agieren zu können und nicht die langen Entscheidungsprozesse in den Hotels abwarten zu müssen“, erläutert Hotel-Insider Pütz. Die Daten sind jederzeit für das Hotel verfügbar, über einen eigenen Link haben Mitarbeiter und Kunden Zugriff auf die Datenbank des Hotels. Die Informationen sind gesichert, auch bei Personalwechseln. Sie sind die Basis für eine professionelle Positionierung des Hotels bei Veranstaltungsentscheidern und Buchern und für eine höhere Beratungskompetenz des Verkaufs- und Bankettteams. „Mit unserem Tool ist die Hotellerie erstmals auf Augenhöhe mit den Event-Fachleuten“, versichert Pütz.



Sven Eichenlaub

Das Produkt "Professional Hotel Facts" ist für alle Hotels im 3- bis 5-Sterne-Bereich interessant, die über mittlere bis grössere Tagungskapazitäten verfügen. Je nach Anzahl und Grösse der Tagungsräume muss das Hotel einmalig zwischen 3.000 und 7.000 Euro investieren. Eine überschaubare Summe, wenn man vergleicht, was nichtssagende Hochglanzbroschüren kosten. Durch die Datenbank lassen sich bei konsequenter Nutzung intern die Vertriebs- und Prozesskosten um bis zu 20 Prozent senken. Und auch beim Kunden werden die Planungskosten reduziert, da unzählige Telefonate und aufwändige Hotelinspektionen im ersten Selektionsprozess überflüssig sind. Die Budgets werden auf allen Seiten geschont.

Einige bekannte deutsche Hotels wie das Kempinski Gravenbruch in Frankfurt, das Side in Hamburg, das Radisson SAS in Frankfurt, das Maritim in Bonn oder der Nassauer Hof in Wiesbaden setzen das Tool bereits erfolgreich ein. „Das ermöglicht uns, den Kunden gezielt mit relevanten Informationen zu versorgen.“

Veranstaltungskapazitäten sowie die dazugehörigen Informationen sind auf einen Blick sichtbar - und das bei einfacher Bedienung durch den Kunden“, fasst Olaf Philip Beck, General Manager des Side Hotels in Hamburg, die Vorteile zusammen. Die Anzahl der Buchungen sei schliesslich relevant für den Erfolg eines Unternehmens. Und die hängt nicht zuletzt von der Fachkompetenz der Mitarbeiter ab. "Das Online-Tool kann von allen Mitarbeitern gleichzeitig bedient werden. Da alle Mitarbeiter auf ein- und dieselbe Informationsquelle zurückgreifen, erhält der Kunde immer dieselben Informationen, Missverständnisse und falsche Informationen werden ausgeschlossen. Kompetenzen der Mitarbeiter sind mit ausschlaggebend für den Kunden bei der Buchung eines Hauses."

Trotzdem stellt sich die Frage, warum nicht mehr Häuser den offensichtlichen Nutzen dieses von Profis entwickelten Produkts erkannt haben. Es liegt weniger an den Mitarbeitern aus den Vertriebs- und Bankettabteilungen, die die Vorteile von PHF recht schnell sehen, als vielmehr an den Budget-verantwortlichen General Managern, die sich häufig durch Beratungsresistenz auszeichnen. Das bestätigt indirekt auch Competencepartner Pütz: "Interessant ist, dass unsere Kunden meist GMs sind, die einen Verkaufshintergrund haben und sofort die Innovation und Nische erkennen."

Andere halten die Datenbank schon für zu umfangreich, fürchten, die Kunden mit zu vielen Details zu erschlagen. "Manche Direktoren sind eben nicht nah genug am Markt", meint Pütz leicht seufzend, "sie wissen nicht, was im Tagesgeschäft für die Kunden wichtig ist."

Event Competence ist deshalb auch daran interessiert, die Thematik inhaltlich und im Gesamtkontext zu vertiefen: Am vergangenen Wochenende trafen sich auf Initiative von Event Competence im Hotel Berlin, Berlin, erstmals Hotelvertreter, Investoren, Architekten, Technik- und Agentur-Partner des Hotels, um am runden Tisch ihre Wunschvorstellungen der Tagungsräume zu diskutieren. Solche Service-Workshops will Event Competence auch künftig anbieten, unabhängig davon, ob der Investor bzw. der Hotelbetreiber Nutzer der Online-Datenbank ist. / Ralph Langrock

The screenshot shows the website interface for 'event competence + compagnie'. The main content area displays details for the 'Radisson SAS Hotel, Frankfurt' and specifically for 'Event Room1: Ballroom Dow'. A table lists various technical specifications and their values, with some items having associated photos.

Detail Question	Answer	Value	Facts	Photos
wall surface (covering)			wood with integrated lighting	
description of walls			wood grain: Zebrano	1 Photo
Art / Pictures	no			
wall lamps or spot-lights existing	yes		integrated wall lamps; H=1.00 W=0.40	1 Photo
lamps can be dismantled	no			
ledges or protrusions existing	yes		protrusions from the wall coverings surrounded with lighting	
description of the skirting boards and wall canals				
description of the fixed wall fittings			media-wall-cupboard	
mobile dividing walls available	yes		with ceiling guidance tracks	1 Photo
position of the dividing walls			used to separate from room Jones	
dividing walls are manually or electrically movable	yes		manually	
position of the controls for the dividing walls			built into the wall	
dividing walls can be stored, lowered or folded together	yes		lowered	
material of the dividing walls			wooden	