



Sven Markus Eichenlaub (Foto: eventcompetence)

Was bietet „Professional Hotel Facts“?

Knowledge-Management

EVENTCOMPETENCE+COMPAGNIE IST EIN UNABHÄNGIGER VERBUND VON PROFIS DER EVENT-MARKETINGBRANCHE, GEGRÜNDET UND GELEITET VON SVEN MARKUS EICHENLAUB. AKTUELL HAT EVENTCOMPETENCE+COMPAGNIE EIN NEUES PRODUKT MIT DER BEZEICHNUNG „PROFESSIONAL HOTEL FACTS“ VORGESTELLT, MIT DEM DIE MÖGLICHKEITEN VON HOTELS ALS EVENTLOCATIONS DETAILLIERT PRÄSENTIERT WERDEN. WIR HABEN SVEN EICHENLAUB DARÜBER BEFRAGT:

BLACHREPORT: Wie funktioniert Ihr Tool „Professional Hotel Facts“?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Das mehrsprachige webbasierte Tool „Professional Hotel Facts“ wird von der eventcompetence selbst gehostet und gepflegt. Unsere Kunden – die Hotellerie – erhalten nach Datenaufnahme ein umfassendes Kompendium mit über 1.300 Details über das Hotel mit Fokus auf alle tagungs- und veranstaltungrelevanten Informationen – aus der Sicht des Event-Profis. Diese sind chronologisch und systematisch in der Datenbank abgebildet und können mit einer Suchfunktion abgerufen werden. Die abgebildeten Informationen sind metrische Daten aller veranstaltungsrelevanter Hotelbereiche sowie digitalisierte Detailaufnahmen und vermaßte Pläne der Veranstaltungsräumlichkeiten.

Wir liefern Informationen rund um das Hotelprodukt, die für die Planung und Durchführung von Veranstaltungen von Wichtigkeit sind. Ausgehend von der Verkehrsanbindung nähert er sich in der Datenbanksystematik der Location, dann dem Außenumfeld des Hotels und der Fassade, bevor er über Rampen und Hotelliefereingänge ins Hotel gelangt. Von hier werden alle logistisch wichtigen Punkte sowie die Lieferstrecken in die Veranstaltungsräume beleuchtet. Besondere Informationstiefe liegt

auf den Veranstaltungsräumen mit allen technischen, gestalterischen und architektonischen Details bis zur einzelnen Steckdose, deren Position, Absicherung und Leistung.

Die Raumpläne bilden auch das architektonische und technische Profil und alle Bestuhlungsvarianten ab. Als weitere Applikation wird es einen „PDF Master“ geben, der auszugsweise Informationen essentialisiert, so dass man diese ausdrucken kann.

BLACHREPORT: Wo sehen Sie Ihre Zielgruppe?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Unsere Zielgruppe beschäftigt sich mit Veranstaltungen jedweder Couleur in der Hotellerie. Wir gehen derzeit von weit über 30.000 möglichen Nutzern allein in Deutschland aus!

BLACHREPORT: Wer ermittelt die Daten für Ihr System?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Die Daten werden durch eine Crew von ausgebildeten Profis der Veranstaltungsbranche vor Ort aufgenommen. Dieses Personal wird von uns in einem Intensiv-Seminar geschult und mit der eigens für diesen Zweck entwickelten Eingabesoftware vertraut gemacht.

BLACHREPORT: Wie werden diese Daten aufbereitet?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Die Aufbereitung und Erfassung der Daten erfolgt offline

vor Ort. Sie werden dabei auf inhaltliche und sachliche Richtigkeit geprüft und sind spätestens fünf Werktage nach der Datenermittlung vor Ort online verfügbar. Weiterhin sind die Daten in einem Code geschrieben, der auch von anderen Softwareprogrammen lesbar ist, so dass man diese Informationen auch anderweitig integrieren und adaptieren kann.

BLACHREPORT: Wer hatte die Idee für dieses Projekt?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Die Idee entstand bereits 2000 in einem Dialog zwischen mir – seinerzeit Vorstand einer führenden Eventagentur und Initiator dieses Projektes – und unserem heutigen CompetencePartner Fritz Pütz, der zuletzt als Vice President Marketing & Sales Central Europe für die Intercontinental Hotels Group verantwortlich zeichnete.

BLACHREPORT: Was haben Hotels und deren Kunden von dieser „Indexierung“?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Gestützt auf eine Meinungsumfrage, die unabhängig und wissenschaftlich im März 2005 bei über 20.000 Entscheidern bezüglich der ‚Qualität in der Kommunikation der Hotellerie mit den Kunden von Heute und Morgen‘ durchgeführt wurde, sind hierin viele Aspekte seitens der Befragten aufgezeigt, die den mehr als eindeutigen Bedarf in der Professionalisierung

und webbasierten Support abbilden. Dazu zählt beispielsweise die enorme Kostenersparnis auf beiden Seiten – also der Hotellerie und der Eventveranstalter. Man sollte dabei berücksichtigen, dass die ausführliche Recherche einer Location agenturseitig durchschnittlich 1.300 Euro Kosten verursacht, die in seltenen Fällen durch die beauftragenden Industriekunden marginal erstattet werden – wenn überhaupt. Der Hotellerie hingegen wird noch nicht einmal ein Bodensatz für deren Aufwand zur Angebotsabgabe entgolten.

Weiterhin ermöglicht „Professional Hotel Facts“ schnellere Informations- und Reaktionszeiten, einen hohen Kompetenztransfer, Knowledge-Management für das Hotel inklusive webbasiertem Abruf jederzeit und von jedem Ort, eine starke Vertriebsunterstützung beim Verkauf von Hotelkapazitäten in diesem Segment, die transparente Darstellung aller vorgehaltenen Informationen und Inventarisierung der Hotels sowie eine Professionalisierung der gelieferten Informationen und noch besser geschultes Personal.

Außerdem bildet das Tool die Grundlage für eine Vielzahl von weiterführenden Maßnahmen – sei dies eine Ausrichtung auf ein spezielles Themengebiet, weil vielleicht von nun an

gewisse Speerspitzen beziehungsweise USP's erkannt wurden oder die Aufnahme des Ist-Zustandes. So lernen die Hoteliers ihr Produkt von einer völlig anderen Seite kennen . . .

Sicherlich kann dies für die mittel- oder gar langfristige Zukunft als „Zertifizierung“ bezeichnet werden, allerdings ist dies nicht unser priorisiertes Bestreben.

Unsere Vision ist es, das Tool international einzusetzen und zu einem Standard zu etablieren – dies alles gebündelt auf einem Portal. Hier haben wir bereits Partner gefunden, die dies gemeinsam mit uns weiter „visionieren“.

BLACHREPORT: Gibt es bereits Nutzer für Ihr Angebot?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Ja, gibt es, die sind derzeit in der Pilotphase. Aufgrund der Diskretion gegenüber unseren Kunden möchten wir heute noch keinen Auftraggeber benennen. Wir sprechen mit allen großen Hotelgruppen. Vor allem obliegt es den jeweiligen Kunden, den „Launch“ selbst anzukündigen.

BLACHREPORT: Mit welchen Kosten ist zu rechnen?

SVEN MARKUS EICHENLAUB: Wir sprechen von einer Investition anstelle von Kosten, da ein nachhaltiger Nutzwert erbracht wird. Einmalige Aufnahme – multipler Nutzen; so

lange, wie sich nichts an dem Datenbestand geändert hat. Veränderungen werden per „Daten-Pflege-Paket“ mit geringem Mehraufwand eingepflegt.

Da wir unsere Zielgruppe sehr genau analysiert haben, ist festzustellen, dass diese stark „zahlenorientiert“ ist. Bei konsequenter Nutzung unseres Tools können erhebliche Einsparungen in Marketing, Kommunikation und Vertrieb erzielt werden. Darüber hinaus katapultiert man sich in die vorderste Linie bei der Entscheidungsfindung auf Kundenseite, wie die Studie bestätigt. Bei konsequentem Einsatz sind bis zu 20 Prozent Marketing- und Vertriebskosteneinsparungen erzielbar. Dies gilt im gleichen Atemzug auch für die Kunden der Hotellerie. Dafür ein Beispiel: Für ein Hotel mit einer Zimmeranzahl von +100 Zimmer und vier bis sechs Veranstaltungsräumen mit bei einem Vor-Ort-Einsatz von circa drei Tagen beträgt die Investition circa 5.500 Euro.

BLACHREPORT: Vielen Dank für die Beantwortung unserer Fragen.