

events

www.events-magazine.com

THE INTERNATIONAL MANAGEMENT MAGAZINE FOR
MEETINGS, INCENTIVES, CONGRESSES, EXHIBITIONS

Issue 1
April 2007

Tagungshotels, Kongresszentren und Eventagenturen unter der Lupe
Meeting hotels, congress centres and event agencies scrutinised

Was ist Qualität?
What is quality?

quality

events Destinations

SOUTH AFRICA
KWAZULU NATAL
NAMIBIA
ABU DHABI
UNITED KINGDOM
HUNGARY
TENERIFE



Wie halten Sie's mit dem Rauchen?
What's your take on smoking?

events Kongresszentrenstudien - Teil I
events Congress Centre Study - Part I

Premiere: [events' mice-guide-europe.com](http://events.mice-guide-europe.com)
Premiere: [events' mice-guide-europe.com](http://events.mice-guide-europe.com)

Was bringt Ihnen „Professional Hotel Facts“, Herr Staas?

Das webbasierte „Professional Hotel Facts“-Tool der Firma „event/competence“ erfasst alle veranstaltungstechnischen Details eines Tagungshotels. Oliver Staas, General Manager Radisson SAS Hotel Frankfurt, hat das Tool implementieren lassen.



events: Was hat sie bewogen, „Professional Hotel Facts“ in Anspruch zu nehmen?

Staas: Ich bin immer dafür, neue Wege zu gehen, und fand das Tool sehr spannend. Es wartet mit vielen wichtigen Details auf, die man kaum selber so akkurat auflisten kann. Es bietet

hervorragende Möglichkeiten, unser Hotel kennenzulernen – und das nicht nur für Kunden, sondern auch für die eigenen Mitarbeiter.

events: Wie lief die Implementierung?

Staas: Wir haben den zeitlichen Rahmen besprochen, dann waren drei bis vier Tage lang die Mitarbeiter von „eventcompetence“ da, um alles zu vermessen und mit den relevanten Abteilungen zu sprechen. Als internationales Haus der Spitzenklasse haben wir das Gesamtpaket gewählt, mit Plänen der Veranstaltungsräume, Übersetzung der Hotel-fakten ins Englische, Schulung, Training und Wartung. Inklusiv Feinabstimmungen ging alles recht schnell. Wir haben im November 2005 eröffnet, im Januar 2006 stand das Tool. Der Radisson-SAS-Hotel-Eintrag findet sich auf der „Professional Hotel Facts“-Website, wird aber von uns gepflegt.

events: Wie profitieren Meeting-Planner von dieser Art der Hotel-darstellung?

Staas: Bei Tagungsanfragen und in unseren Werbebroschüren gibt es den Link zu unserem Eintrag. Dort erfährt man einfach und schnell auch die kleinsten technischen Details, die man für das Planen einer Veranstaltung bei uns benötigt.

events: Ersetzt das Tool ein Zertifikat wie „Certified Conference Hotel“?

Staas: Nein. Es geht aber nicht um ein Entweder/Oder, sondern um eine Ergänzung. „Certified Conference Hotel“ – wir sind demnächst auch dabei – setzt andere Schwerpunkte und prüft zum Beispiel, ob eine Anfrage innerhalb von sechs Stunden beantwortet wird. „Professional Hotel Facts“ beleuchtet technische Details. Weil die Anforderungen in der Branche immer komplexer werden, ist es wichtig, beides zu haben.

events: Es gibt noch weitere Gütesiegel...

Staas: Zu viel davon halte ich nicht für sinnvoll. Ein Hotel mit zig verschiedenen Auszeichnungen – das verwirrt nur. Man muss das Richtige herauspicken. „Certified Conference Hotel“ und „Professional Hotel Facts“ stehen für höchste Standards, die unser Haus erfüllt. Alles andere sagen die Hotelsterne aus.

events: Was hat das „Hotel Facts“-Tool gebracht?

Staas: Es wird sehr positiv angenommen, auch von Veranstaltern, die mit vielen Firmen arbeiten. Die geben es dann an ihre Partner weiter. Das Tool unterscheidet das Radisson SAS Hotel – weshalb wir auch offensiv damit werben und auf Veranstalter zugehen.

Die Fragen stellte
Michael Behrendt

How do „Professional Hotel Facts“ benefit you Mr. Staas?

The web-based „Professional Hotel Facts“-tool, made by the company „event/competence“, records the details of a convention hotel with regards to events organisation. Oliver Staas, General Manager Radisson SAS Hotel Frankfurt, implemented the tool.

events: What was your motivation for using „Professional Hotel Facts“?

Staas: I am always a great believer in striking new paths and found the tool extremely exciting. It supplies so many important details, it would be almost impossible to list them all without it. It offers the wonderful opportunity of learning about our hotels- not only for our clients, but also for our own employees.

events: How was the tool implemented?

Staas: First, we discussed a timeframe, then colleagues from „eventcompetence“ came for 3-4 days to measure everything and to speak with the relative departments. As a top class international house, we chose the compre-

hensive package, with plans of the convention halls, an English translation of the hotel facts, instruction, training and maintenance. We opened in November 2005, the tool was ready in January 2006. The Radisson-SAS-Hotel entry can be found on the „Professional Hotel Facts“ website, however, it is maintained by us.

events: How will meeting planners benefit from this?

Staas: When an inquiry for a convention is made, a link to our entry is passed on. This can also be found in our advertising brochures. From there you can learn easily and quickly about even the smallest technical details, which can be imperative for planning a convention with us.

events: Does the tool replace a certificate such as the „Certified Conference Hotel“?

Staas: No. However, the tool is not meant to be seen as a replacement, but as a supplement. We will also be a part of the „Certified Conference Hotel“, which has a different emphasis and tests for example, whether an inquiry is answered within six hours. „Professional Hotel Facts“ highlights the technical details. Due to the fact that the requirements in this sector are becoming more complex, it is important to have both.

events: There are more seals of approval...

Staas: I don't believe that having too many makes any sense. A hotel with umpteen different awards- that just confuses

people. It is important to choose the correct ones. „Certified Conference Hotel“ and „Professional Hotel Facts“ represent the highest of standards, which our hotel fulfils. Everything else is said by the number of stars we have.

events: What have been the benefits of the „Professional Hotel Facts“ tool?

Staas: It has been very well received, even by organisers who work with many different companies. They tell their partners about it. The tool sets the Radisson SAS hotel apart, which is why we are proactively advertising with it and contacting organisers.

The interview was conducted by
Michael Behrendt

DAUERBRENNER QUALITÄT IN DER M.I.C.E.-INDUSTRIE

Gut ist nicht gut genug



Wir achten bei der Auswahl von geeigneten Locations nicht auf Gütesiegel oder Zertifikate“, sagt Andreas Leonhard, einer der Geschäftsführer der Eventagentur Quasar Communications. „Wir haben ein eigenes Qualitätssystem zur Beurteilung von Locations entwickelt. Locations wie auch sonstige Gewerke, die unseren Qualitätsstandards entsprechen, erhalten Einzug in unseren Preferred Partner Pool.“ Ein individuelles Verfahren zur Qualitätsbestimmung, das auf Lücken in der Branche schließen lässt. Tatsächlich fällt vielen Meetingplanern die Entscheidung schwer, wenn es um die Auswahl von „guten“ Locations, aber auch von „guten“ Tagungshotels und Eventagenturen geht. „Kunden empfinden eine hohe Unsicherheit bei der Auswahl des richtigen Dienstleisters für ihre Veranstaltung“, stellt Helmut Schwägermann, Dozent für Veranstaltungsmanagement an der FH Osnabrück, für den Agenturbereich fest. Und Gerhard Bleile, Vorsitzender der Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisatoren, ergänzt mit Blick auf Tagungshotels: „Bisher vertraut jeder Eventmanager mehr oder weniger auf seine persönlichen Erfahrungen im Umgang mit den Hotels.“

Qualität ist immer wieder Thema, auch in der Tagungs- und Eventbranche. „Wie wird Qualität definiert? Welche Art von Qualität wird für eine erfolgreiche Veranstaltung gefordert?“, fragt Bleile weiter und nennt auch gleich ein zentrales Diskussionsfeld: „Da weit über 80 Prozent der Veranstaltungen pro Jahr in unterschiedlichen Hotelkategorien stattfinden, richtet sich das Augenmerk bei Qualitätsanforde-

rungen eher auf Hotels als auf die großen Kongress- und Tagungszentren.“

Tagungshotels – Flut an Gütesiegeln und Zertifikaten

Und hier ist die Orientierung für Meetingplaner nicht leicht. Wer Qualität sucht, aber wenig Zeit und Überblick hat, orientiert sich gern an Gütesiegeln oder Zertifikaten. Aber davon gibt es viele – mit unterschiedlicher Ausrichtung, unterschiedlichem Hintergrund. Erst kurz auf dem Markt, aber oft gerühmt ist das Prädikat „Certified Conference Hotel“. Geschaffen vom Verband Deutsches Reisemanagement (VDR), der Deutschen Gesellschaft für Veranstaltungsmanagement (DGVM) und dem German Convention Bureau (GCB), wird es nach eigens entwickelten ausführlichen Kriterien vergeben. Beurteilt werden neben *hard* auch *soft facts*. Damit wirkt es etwas zeitgemäßer und umfassender als das Siegel „DeGefest-geprüfte Kongress- und Tagungstätte“, das schon Jahrzehnte existiert und grundsätzlich bei *hard facts* bleibt. Eher journalistisch geht das mit Buch und Internetplattform gekoppelte Projekt „Die besten Tagungshotels in Deutschland“ vor, eine internationale Dimension entfaltet „Member of the European Masterclass“. Daneben versuchen sich ISO-Norm-orientierte Zertifizierungen und Zeitschriften-Rankings ins öffentliche Bewusstsein zu bringen (s. Kasten).

Durch diese Flut an Qualitätssiegeln wird aber weder die volle Bandbreite der deutschen Tagungshotels abgedeckt (im Höchstfall sind es ein paar hundert pro Prädikat), noch ergibt

sich für Meetingplaner eine einheitliche Orientierung. Kritiker spitzen sogar dahingehend zu, dass sich die Gütesiegel und Zertifizierungen gegenseitig auf den Füßen stehen, weil sie von verschiedenen Interessengruppen getragen werden. Vor diesem Hintergrund versuchen einzelne Hotels, neue Wege zu gehen, indem sie Gütesiegeln aussagekräftige Darstellungsinstrumente vorziehen. Ein solches Instrument ist das „Professional Hotel Facts“-Tool der Beratungsgesellschaft Eventcompetence + Compagnie. Es bietet Hotels die webbasierte Katalogisierung und Inventarisierung aller veranstaltungsrelevanten Daten bis hin zu den kleinsten, aber entscheidenden Details inklusive Raumpläne und Fotos an. Vorteil für Veranstaltungsplaner: Sie finden wirklich jede Information, die sie brauchen, auf einen Blick. Vorteile für das Hotel: Das Tool ist nicht nur ein Marketing-, sondern auch ein effektives Schulungsinstrument bei Personalwechsel.

Kongresszentren und Eventagenturen – Mitgliedschaften und Awards

Im Bereich Kongresszentren und Eventagenturen gibt es kaum Zertifizierungen. Hier zählen eher Mitgliedschaften und Awards. So beschreibt das German Convention Bureau die „Verwendung des GCB Member-Logos als Gütesiegel“. Beitrittswillige Unternehmen, auch Kongresszentren und Eventagenturen, müssen eigens entwickelte Qualitätsstandards erfüllen und sich zur Einhaltung verpflichten. Speziell für Eventagenturen bietet sich die Möglichkeit, unter dem Dach von FAMAB Verband Direkte

Wirtschaftskommunikation dem Forum Marketing-Eventagenturen (FME) beizutreten. Über 50 Agenturen sind inzwischen dabei, auf der Website heißt es: „Die Mitgliedschaft im FME ist ein Qualitätsnachweis.“ Voraussetzungen sind die erfolgreiche Behauptung am Markt und entsprechende Referenzen, die die Zielerreichung und Kundenzufriedenheit belegen.“ Über die Aufnahme entscheidet außerdem eine Präsentation vor einem kritisch nachhakenden Gremium. Auch der jährlich vom FME für besonders Kommunikationsbeispiele vergebene EVA-Ward und der neu gestaltete EVVC-Award der Europäischen Vereinigung der Veranstaltungszentren dienen vor diesem Hintergrund als Qualitätsnachweise und Instrumente zur Qualitätssicherung. Weniger gewichtig, aber „nice to have“ sind Kreativ-Rankings in Fachorganen wie „Blach Report“ und „w & v“.

Nichtsdestotrotz: In Sachen Qualitätsdefinition scheint es gerade im Bereich der Eventagenturen akuten Nachholbedarf zu geben. „Qualität ja – aber definierte Qualität“, fordert Gerhard Bleile mit Blick auf Leistungsanbieter im Eventmanagement. Und Professor Helmut Schwägermann vertritt, das die FME-Kriterien derzeit überarbeitet werden – „mit dem Ziel, seine Mitglieder mit dem FME-Qualitätssiegel noch stärker als bisher von der Konkurrenz abzuheben.“ Kündigt sich hier so etwas wie eine neue Zertifizierung für Eventagenturen an? Quasar-Chef Leonhard würde es freuen: „Eine gute und durchdachte Qualitäts-Zertifizierung für Event-Agenturen wäre eine längst überfällige Maßnahme.“

MICHAEL BEHRENDT <