

Tagungshotellerie im Wandel

Digitalisierung auf dem Vormarsch



Oliver Stoldt (Foto: MICE Service GmbH)

Neue Hotelmarken mit speziellem Fokus, Übernahmen oder auch die Digitalisierung der Branche – die Hotellerie ist derzeit im Umbruch. Wir haben darüber mit Oliver Stoldt, geschäftsführender Gesellschafter der MICE Service GmbH, gesprochen und nach den Auswirkungen auf die Tagungshotellerie gefragt.

konferenz + tagung: Seit geraumer Zeit ist der Hotelmarkt im Wandel. Neue Marken, oftmals mit jungem Anstrich, sind vielfach initialisiert worden, ein Großkonzern schluckt den anderen – was findet da statt?

Oliver Stoldt: Ein reiner Marktwahnsinn – das findet in der Hotelbranche statt. Das wirkt alles auf mich wie ein einziger Marschallat. Bleiben wir einmal beim Beispiel

der neuen, jungen und hippen Brands: klar, die Anbieter müssen beweglich sein und auf Markterfordernisse reagieren, gerade vor dem Hintergrund von Angeboten wie Airbnb, denn man will natürlich auch an diese Klientel herankommen – allerdings werden hier meistens etablierte Konzepte nur neu verpackt.

konferenz + tagung: Worum geht's dabei?

Oliver Stoldt: Die Anbieter versuchen immer, an den aktuell prominenten Orten präsent zu sein – also an den Plätzen, die für den Moment ‚hip‘ sind. Das fällt mir besonders bei den ganzen neuen und jungen Marken auf. Man muss dabei aber auch die Frage nach der Rentabilität stellen. Rentabilität im Kontext von Immobilienauslastung. Die Auslastung muss für

wirtschaftlichen Erfolg garantiert sein, was ich allerdings bezweifle. Generell stellt sich mir immer mehr die Frage ‚Was möchte man denn noch neu erfinden?‘. Das letzte überzeugende Modell, das ich kennenlernte, ist für mich das Motel One-Konzept aufgrund der Stringenz in der Markenausrichtung und Positionierung der Häuser in den Städten.

konferenz + tagung: Haben diese Vorgänge, diese Transaktionen, Auswirkungen auf die Tagungshotellerie?

Oliver Stoldt: Dieses Geschäftssegment ist nach meinen Beobachtungen stabil geblieben. Mich irritieren in diesem Bereich ganz andere Dinge.

konferenz + tagung: Was genau?

Oliver Stoldt: Durch meine Tätigkeit beschäftige ich mich regelmäßig mit den drei Märkten in Deutschland, Österreich und in der Schweiz. Und ich frage mich oft mit Blick auf Deutschland, wie können die Anbieter hier überhaupt Geld verdienen?

konferenz + tagung: Inwiefern?

Oliver Stoldt: Schauen Sie, in der Schweiz und in Österreich liegt der Fokus des Angebots meiner Ansicht nach viel mehr auf Individualität. Das kostet dann auch dementsprechend. Besonders in Deutschland ist eine ‚Billig ist schön‘-Mentalität und große Konformität bei den Angeboten zu beobachten. Vieles ähnelt sich, ist gleich angelegt und Individualität ist eher schwer zu finden. Dann das Thema Preise: Eine Tagungspauschale von beispielsweise 40 Euro, auch in guten Hotels, ist ja nun keine Seltenheit und wenn man zu diesem Dumping-Preis Komplettleistungen anbietet, ist die Frage nach der Rentabilität durchaus

berechtigt. Mit derartigen Preisgestaltungen wird profitables Arbeiten schwer.

konferenz + tagung: Woran liegt das?

Oliver Stoldt: Selbstverschulden. Konzerne drücken die Preise in allen Bereichen und wundern sich, dass die Qualität, im Besonderen die Servicequalität, nicht stimmt. Zum Schluss ist das ein Wettbewerbsdruck, der von diesen Konzernen erzeugt wurde.

Konferenz + tagung: Sie verweisen auf die Wichtigkeit der Servicequalität. Ist die Stärkung dieses Bereichs ein Weg für eine clevere Positionierung eines Hauses im Wettbewerb?

Oliver Stoldt: Absolut. Auf dieser Ebene besteht hohes Wertschöpfungspotential. Im Schnitt konsumiert ein Business-Gast achtmal während eines Hotelaufenthalts. Das heißt, an acht Schnittpunkten besteht die Chance für einen Anbieter, den Gast einzufangen. Meiner Meinung nach kann das besonders gut durch einen fein ausbalancierten Serviceanspruch des Hotels realisiert werden. Wenn diese Softskills, dieser Servicekreislauf, stimmig ist, ist das eine vernünftige Basis für ein erfolgreiches Geschäft. Für Hoteliers ist es deswegen eminent wichtig, ihre guten Leute im Betrieb zu halten.

konferenz + tagung: Sie proklamieren einen aktuellen Wandel in der Tagungshotellerie. Wie sieht der Wandel denn aus?

Oliver Stoldt: Nun, die Hotellerie ist, wie viele andere Branchen auch derzeit, aufgrund der Digitalisierung in einem massiven Umbruch. Buchungstechnologien sind das überragende Thema, was sowohl Anbietern als auch Kunden zu Gute kommt, da die Prozesse zunehmend verschlankt werden. Gerade für Unternehmen mit regelmäßigen Meetings und Tagungen bedeutet das einfach Kosten- und Personaleffizienz.

konferenz + tagung: Sie mischen da mit zwei neuen Angeboten auch mit!

Oliver Stoldt: Wir haben zum einen die Conference-Toolbox (www.conference-toolbox.com) entwickelt und auf den Markt gebracht und zum anderen das Portal www.tagungshotels-angebote.com initialisiert.

konferenz + tagung: Noch ein Locationportal...

Oliver Stoldt: Ja, allerdings haben wir hier ein Produkt aufgelegt, das so noch nicht existiert. Wir sind damit im November 2016 gestartet und haben bis heute eine beträchtliche Anzahl an Anbietern auf der Seite versammelt.

konferenz + tagung: Was ist daran anders?

Oliver Stoldt: Der Umfang und der Suchalgorithmus. Wir haben uns mit Google verständigt und versucht herauszufinden, mit was die Interessierten die Suchmaschi-

ne füttern. Das haben wir adaptiert und in die Programmierung einfließen lassen. Außerdem haben wir uns das Prinzip von Leisure-Portalen genau angeschaut und haben unser Portal dahin gehend aufgesetzt. Auf der Seite bieten Hotels günstige Paketlösungen für die MICE-Branche an. Diese Angebote sind befristet und deswegen immer nur in einem bestimmten Zeitraum verfügbar.

konferenz + tagung: Was ist die Conference-Toolbox?

Oliver Stoldt: Dieses Produkt entstand aus der Zusammenarbeit mit Kunden. Dann haben wir ein idealtypisches Konferenz-Szenario analysiert um zu definieren, welche Elemente heute überhaupt für eine vollständige Organisation und Umsetzung einer Veranstaltung notwendig sind.

Die Conference-Toolbox deckt alle Services und Dienstleistungen entlang der Organisationskette ab. Jedes einzelne Modul des Systems ist dabei mit Dienstleistern besetzt, so dass das Spektrum der Veranstaltungsdienstleistungen komplett abgedeckt wird. Der Anwender weiß immer genau, wo er sich gerade befindet, wie sein Buchungsstand ist und was noch für die Fertigstellung des Auftrages benötigt wird. Beispielsweise wird das im Plannometer angezeigt, der jede Phase einer Veranstaltungsplanung wiedergibt.

konferenz+tagung: Wir bedanken uns für das Gespräch.