

Strategisches MICE-Management Kosten senken – auch bei Anlässen

Viele Unternehmen haben spätestens seit der Finanzmarktkrise 2008 ihre Kostenstrukturen verbessert und betreiben mittlerweile ein umfangreiches Controlling, um Prozesse weiter zu optimieren. Bloss: Weshalb machen sie das nicht bei Tagungen, Seminaren, Konferenzen und Kongressen?

Lange haben entsprechende Werkzeuge dafür gefehlt und es ging vor allem um Seminarhotelvermittlung und Anlassorganisation, wenn man von Meetings, Incentives, Conventions, Events (MICE) sprach. Die Swiss Sales Group ist heute in der Lage, mit dem Tool meetinghotelsonline.com umfangreiche Reportings mit einer ständigen Kosten- und Prozessoptimierung zu generieren und dem Corporate-Kunden damit zu massiven Einsparungen zu verhelfen. Ein Beispiel: Wenn eine Eventagentur für Firmen drei vergleichbare Offerten anfragt, beträgt der zeitliche Aufwand für den Kunden 25 Minuten. Macht ein Mitarbeiter es selbst, sind es rund 4 Stunden. Zudem fehlen ihm Vergleichswerte und er erhält aufgrund von geringeren Gesamtvolumen nicht die gleichen Preise.

Sparpotenzial und Skaleneffekte für Unternehmen

Das ist jedoch nur der Anfang der Vorgehensketten. Nachdem der Veranstaltungsort ausgewählt wurde, müssen die Dramaturgie, die Technik, eventuelle Moderatoren und Referenten sowie das Einladungspaket und das



Oliver Stoldt
Inhaber und Chef, Swiss
Sales Group, Horgen ZH

«In Zukunft werden die Controlling- und Finanzabteilungen in diesem Bereich mehr Transparenz fordern.»

Agenda-Setting bestimmt werden. Auch das kann die Swiss Sales Group übernehmen. Zudem will der ganze Anlass vor Ort gemanagt werden: Essen und Getränke auswählen, Logistik und Anreise definieren oder allenfalls ein Rahmenprogramm buchen – all dies kann kostenoptimiert organisiert werden. Früher war spätestens bei diesem Prozessschritt die Aufgabe der Eventagentur beendet. Nun kann auch die Zahlungsabwicklung mit nachgelagertem Financial Reporting ausgelagert werden.

Es liegt auf der Hand, dass mittlere Unternehmen und multinationale Firmen gut daran tun, die daraus gewonnenen Daten zu beleuchten und die Kosten zu optimieren. Mittels der Informationen, die über all diese Prozessschritte gesammelt werden, können Tools Auswertungen generieren und kommende Veranstaltungen, sei es eine Tagung oder eine Sitzung, effektiver organisieren werden.

Folglich: Je mehr Anlässe nach dieser Systematik aus einer Hand abgewickelt werden, desto grösser ist der Skaleneffekt, sprich das Sparpotenzial. Waren früher oftmals Marketing- oder Personalabteilungen die Ansprechpartner für die Organisation von MICE-Projekten, so sind es heute auf Corporate-Stufe vermehrt Controlling- und Finanzabteilungen.

Big Data ist für Events mehr als ein Schlagwort

Grosse Datenmengen machen bei entsprechender Bewirtschaftung Sinn, denn sie reduzieren am Schluss die Kosten. Es ist bei interna-

tionalen Meetings und Conventions für ein Unternehmen ab sofort möglich, aufgrund von technischen Möglichkeiten bei der Datenauswertung und aufeinander abgestimmter Schnittstellen zu Buchungssystemen den idealsten und günstigsten Veranstaltungsort zu bestimmen. Weltweit. Flug- und Hotelpreise werden miteinander verknüpft. So kann für eine global tätige Firma mit Niederlassungen in Asien, Europa und Amerika ermittelt werden, ob es morgen günstiger ist, die Tagung oder das Seminar in München oder New York abzuhalten. Denn erschwerend kommt hinzu, dass bei grösseren Anlässen die Übernachtungskosten infolge des hotelinternen Revenue-Managements nach oben schnellen.

Häufig verfügen Unternehmen über sogenannte Corporate-Verträge für Frequent Individual Travellers (FIT). Das heisst, auf einem gewissen Kontingent an Zimmern hat die Firma für ihre Mitarbeiter einen bestimmten – tiefen – Preis. Hier kann aufgrund der bekannten Daten bereits vorher interveniert und die FIT-Rate zur Group Rate gemacht werden.

Das ist eine ganz neue Ausgangslage mit wirkungsvollen Instrumenten. In Zukunft werden die Controlling- und Finanzabteilungen auch in diesem Bereich mehr Transparenz und Kostenoptimierungen fordern. Mit strategischem MICE-Management sind diese Forderungen erfüllbar. Es ersetzt jedoch nicht den Marketing-Profi oder den Travel-Manager. Nein, es stärkt diese Positionen und gibt ihnen zusätzliche Möglichkeiten, sodass sie sich auf ihr Kerngeschäft fokussieren können.

Konferenzmacher mit Full-Service-Charakter

Patron Oliver Stoldt (46) ist Inhaber und Chef der Dachgesellschaft Swiss Sales Group in Horgen am Zürichsee sowie neu der MICE Service Group in Berlin. Er kennt die Hotellerie von der Pike auf und hat das Potenzial des MICE-Geschäfts (Meetings, Incentives, Conventions, Events) früh erkannt. Der innovative und umtriebige Patron startete seine berufliche Karriere mit einer klassischen Kochlehre und durchlebte viele Jahre auf verschiedenen Positionen in Hotels in Deutschland sowie in weiteren Ländern. Nach diversen Weiterbildungen arbeitete er sich bis zum General Manager von Vier- und Fünfsternehäusern in der Schweiz hoch.

Portfolio Oliver Stoldt gründete 2002 das Internationale Alpensymposium, das jährlich im Januar in Interlaken stattfindet. 2009 übernahm er den Dienstleister Swiss Sales Conferences und baute das Unternehmen zu einer Full-Service-Agentur im Seminar-, Konferenz- und Tagungsgeschäft aus. Die Vermittlungsagenturen Premium

Conferences, Premium Speakers und Premium Trainers, das Online-Portal meetinghotelsonline.com sowie die Schweizer Fachmesse KonferenzArena gehören heute ebenfalls zum Portfolio der Swiss Sales Group. Um für Kunden in Deutschland und der Schweiz vor Ort ansprechbar zu sein, übernahm Oliver Stoldt die Berliner MICE Service Group. Kumuliert haben die beiden Dienstleister Swiss Sales Group und MICE Service Group im vergangenen Jahr zusammen mehr als 3600 Veranstaltungen gebucht und umgesetzt.

Perspektive Das Ziel von Oliver Stoldt ist, weltweite Dienstleistungen mit Full-Service-Charakter im Baukastensystem im MICE-Bereich anzubieten (siehe Grafik rechts). «Durch die verschiedenen Firmen unserer Unternehmensgruppe bieten wir ein europaweit einzigartiges Dienstleistungsspektrum. Von der Konzepterstellung über die Organisation bis und mit Durchführung Ihres Anlasses – und das alles aus einer Hand», sagt der Konferenzmacher.

Dienstleistungen im Baukastensystem

Beschwerde-Management

Feedback-Management

Reporting und Statistiken

Einkaufs-Management

Hotel- und Location-Management

Teilnehmer-Management

Finanzservice

