



Kein Laden und keine Laufkundschaft mehr: Bei einem digitalen Blumenladen werden die Blumen auf Bestellung gebunden.

iStock

Was verbindet Blumen mit dem MICE-Geschäft?

Fachbeitrag

Das Buchungsverhalten im MICE-Geschäft verlagert sich immer mehr ins Digitale. Das kommt den Gästen, den Hotels und den Agenturen entgegen.



Fachautor
Oliver Stoldt

ist CEO der MICE Service Group.
miceservice.ch

«Automatisierung ist ein wichtiger Aspekt, um den Kunden Zeit und den Agenturen Kosten zu sparen.»

Im Februar 2020 machte der letzte Blumenladen in Grindelwald BE dicht. Und so konnten die Menschen im Oberland keine frischen Blumen mehr kaufen. Bereits im November 2019 hatten sich die Gerüchte über die Schliessung gemehrt. Meine Frau Marianne ist Floristin. Bis zur Geburt unserer Zwillinge im April 2001 war sie selbstständig und führte ein gut gehendes Blumengeschäft in Grindelwald. Seit Marianne Familienfrau ist, arbeitet sie Teilzeit in einem Hotel in Grindelwald und ist dort für die Blumendeko zuständig. So diskutierten wir immer wieder, ob Marianne den Laden übernehmen soll. Meine Frau entschloss sich jedoch dagegen. Sie wollte nicht mehr sechs Tage die Woche in einem Laden stehen, sondern mehr Freiheit und Raum für Gestaltung und Kreativität haben.

Mit wenig Aufwand ein digitales Angebot geschaffen

Doch der Blumenladen ging uns nicht mehr aus dem Kopf, und so setzten wir auf eine virtuelle Lösung. Für den digitalen Blumenladen brauchte es nicht viel: eine Instagram-Seite, eine Facebook-Page, einen Google-MyBusiness-Account und eine einfache Website mit Webshop. Seit Mitte Mai 2020 ist der Blumenladen online und läuft wie verrückt. Die Bestellungen kommen über die Kommunikationskanäle rein und werden von Marianne in ihrer Blumenwerkstatt bei uns im Chalet abgearbeitet und ausgeliefert. Gute Umsätze, anständiger Profit und viel weniger Präsenzzeit. Al-

les auf Bestellung – alles online. Funktioniert so etwas auch im MICE-Bereich? Wie sehen dort die Prozesse heute aus? Und wie wird das Buchungsverhalten in Zukunft aussehen? Als ich im September 2009 eine MICE-Agentur übernahm, trafen die Anfragen von Kunden via Telefon, E-Mail und Fax bei uns ein. Sehr schnell bauten wir eine nutzerfreundliche Website mit integrierten Anfrageformularen und automatisierten Kostenberechnungen für Seminare, mit und ohne Übernachtung. Wir fingen an, die Prozesse zu automatisieren und zu vereinfachen, und konnten damit auch die Fehlerquoten minimieren. Denn die Fehler waren ein gravierendes Problem für uns als Agentur. Die Fehlerquote bei der Erstellung von Seminar- und Tagungsanfragen lag damals bei über 50 Prozent.

Was hat sich seither im MICE-Bereich getan?

2011 startete die Digitalisierung im MICE-Bereich: Mit Swiss Sales führten wir Meetago.com, das erste Online-Buchungsportal, in der Schweiz ein. Die Anfragen schickten wir via Online-Buchungsportal in die Hotels. Dadurch mussten die Hotels nur noch ihre Verfügbarkeiten eingeben und die Einzelpreise. Das System erstellte Angebote für die Hotels. Die Lernkurve ging in der Hotellerie sehr schnell nach oben, und die Fehlerquote begann zu sinken.

Was hat sich seither getan? Nicht viel. Nebst Meetago.com kamen zwar weitere Player auf den Markt, und jede neue Plattform wollte Marktanteile gewinnen, doch der eigentliche Prozess tritt auf der Stelle. Plattformen kamen und gingen. Viele Agenturen waren noch nicht so weit oder die Hoteliers hatten keine Lust, noch weitere Portale mit ihrem Content zu füllen und zu pflegen. Zudem war die Conversion-Rate

einiger Plattformen so schlecht, dass keine Angebote mehr abgegeben wurden.

Wo führt die Post-Corona-MICE-Reise hin?

Die Corona-Krise hat Veranstaltungen in der Business- und Tagungshotellerie praktisch auf null sinken lassen. Dies wird die Automatisierung noch schneller vortreiben. Agenturen und Plattformbetreiber nehmen Booking.com als Vorbild. Denn was bei FIT-Buchungen schon lange gang und gäbe ist, wird bei MICE-Buchungen mehr und mehr zum Standard: Selbstbuchungsplattformen. Corporate-Kunden können ihr Wunschhotel weltweit online buchen.

Wir haben mit der Meet Live GmbH in Deutschland und dem globalen Portalbetreiber Meetingselect.com bereits sieben Plattformen entwickelt und Anfang dieses Jahres online gestellt. Damit können die Kunden Tagungshotels und Eventlocations weltweit online buchen. Vom Anfrageprozess bis zur Vertragserstellung zwischen Kunde und Dienstleistungsanbieter ist alles automatisiert. Wir als Agentur müssen keine RFPs erstellen oder Hotels für Zimmer und Raumpläne anfragen.

Compliance, demografischer Wandel, Digitalisierung und jetzt die Corona-Krise haben uns gelehrt, die Bucherin und den Bucher, die Anfragetypen, die Veranstaltungsarten und die Buchungsprozesse noch genauer zu analysieren und dafür die Prozesse in den globalen Buchungssystemen anzupassen. Natürlich ist es enorm wichtig, den Kunden einen persönlichen Service zu bieten und für sie da zu sein. Doch über 80 Prozent aller Tagungs- und Meetingbuchungen sind Standardmeetings. Dort ist die Automatisierung ein enorm wichtiger Aspekt, um den Kunden Zeit und den Agenturen Kosten zu sparen.

(Saison-)Eröffnung



zvg

Neues 3-Sterne-plus-Hotel in Windisch-Brugg

Anfang März eröffnen die Aargau-Hotels auf dem Campus-Areal in Windisch-Brugg das Centurion Towerhotel. Ein junges Team um die 31-jährige Hoteldirektorin Sandra Schuler und den 25-jährigen Küchenchef Marco von Arx leitet das Haus. Es ist der neueste von über einem Dutzend Betrieben der Hotel- und Restaurantkette des Aargauer Unternehmers Rolf Kasper. Das Centurion Towerhotel will sich als 3-Sterne-plus-Hotel behaupten. Es bietet 66 flexibel nutzbare Zimmer – davon 28 Apartments für Langzeitaufenthalte – und das Restaurant Ignis Grill & Wine mit 80 Sitzplätzen sowie eine Terrasse mit gegen 60 Plätzen. bbe

centurion-towerhotel.ch

«Vitznauerhof» startet demnächst in die Sommersaison

Das Hotel am Vierwaldstättersee startet am 18. März in die Sommersaison. Kulinarisch kehrt bereits einen Tag nach der Saisonöffnung das Dinner Experience Banquet of Hoshe-na nach Vitznau zurück. Nach dem grossen Erfolg vom letzten Jahr gastiert das multisensorische Erlebnis bis zum 17. April jeweils freitags und samstags im «Vitznauerhof». Zudem starten Jeroen Achtien und sein Team mit zwei Michelin-Sternen in die nächste Runde. Neben dieser Auszeichnung wird das 4-Sterne-Superior-Hotel heuer 120. bbe

vitznauerhof.ch

Kunstinteraktion

Ein Schaufenster für die Kunstschaaffenden

Hotelier und Galerist Adrian Müller vom Hotel Stern in Chur GR setzt ein Zeichen für die Kulturschaaffenden. Zusammen mit der Künstlerin Pirooska Szönye lanciert er am 26. Februar eine Kunstinteraktion in der hoteleigenen Galerie Kunst & Co. Die Interaktion soll ein Förder- oder Unterstützungsauftrag zugunsten der Kulturschaaffenden sein. Der Hotelier und die Künstlerin bieten damit der Kultur- und Kunstszene eine Möglichkeit, die Zeit des Kulturstillstandes zu überstehen. Die Initiative geht über die Galerie Kunst & Co hinaus und bindet weitere Galerien und Geschäfte in Chur ein – mit dem Ziel, in anderen Städten Fuss zu fassen. bbe

stern-chur.ch

Impressum

hotelrevue

Die Schweizer Fachzeitung für Hotellerie, Gastronomie und Tourismus
Le journal pour l'hôtellerie, la gastronomie et le tourisme

Gegründet/Fondé en 1892

Herausgeber/Editeur

HotellerieSuisse, Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion Chefredaktorin: Sabine Lüthi/sbl **Redaktorinnen und Redaktoren:** Natalie-Pascale Aliesch/npa (Online/News); Bernadette Bissig/bbe (Hotellerie/Gastronomie); Alexandre Caldara/aca (gastronomie/hôtellerie); Olivier Geissbühler/og (Online/News); Laetitia Grandjean/lg (tourisme/hôtellerie); Patrick Timmann/pt (Tourismus); Alain-Xavier Wurst (tourisme) **Grafik/Bild:** Carla Barron/cbs; Corinne Glanzmann/cg; Natalie Siegenthaler/ns **Sekretariat:** Regula Herren **Korrektorat:** Danja Bischofberger, Ingrid Zufferey Frost

Milestone Tourismuspreis Geschäftsführung: Anja Peverelli
Verlag Leitung: Bernt Maulaz **Verkaufsinendienst und Rubrik-Anzeigen:** Angela Di Renzo Costa, Sandra Wohlhauser **Anzeigenverkauf:** Daniel Verri (Leitung), Philipp von Däniken **Druck:** CH Media Print AG, 9015 St. Gallen
Auflage: 11 514 (WEMF/SW-Beglaubigung 2020), **Leser:** 65 000 (Studie DemoScope 2013), **Verkaufspreise (inkl. MwSt):** Jahresabonnement Fr. 172.– **ISSN:** 1424-0440

Kontakte Monbijoustrasse 130, Postfach, 3001 Bern
Redaktion: Tel. 031 370 42 16, Fax 031 370 42 24, E-Mail: redaktion@htr.ch
Online Redaktion: online@htr.ch **Abonnemente:** Tel. 031 740 97 93, Fax 031 740 97 76; E-Mail: abo@htr.ch **Inserate:** Tel. 031 370 42 42, Fax 031 370 42 23, E-Mail: inserate@htr.ch **Milestone:** Tel. 031 370 42 16
Newsportal htr.ch

Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Sendungen wird jede Haftung abgelehnt. Nous déclinons toute responsabilité pour les documents envoyés sans concertation préalable.