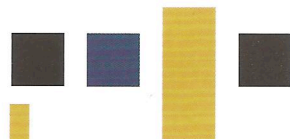


# hotelbau



INNENANSICHTEN

## Marketing for a Full House

### 2. Akt: Am Veranstaltungswesen können Hotels genesen.

Zwischen ITB und IMEX bieten VDR, GCB, DZT und Private wie ghh die wichtigsten Zahlen und Fakten über den deutschen Meeting-, Incentive-, Congress- und Eventmarkt (MICE) an: Und das ist gut so, denn am Veranstaltungswesen könnte manch Hotel genesen ...

Der Veranstaltungsbereich im Hotel ist der zweitgrößte Erlös- und (!) Ertrags-treiber. Er ist für mich in jedem Vollser-vicehotel jedweder Kategorie unver-zichtbar. Lokale Veranstaltungen kreieren ein Image, das „Betten“ kaum, das Restaurant selten und der SPA eher gar nicht zu schaffen vermag.

Um klug wirtschaften zu können, also nicht mittels stupider Kürzungen des Personals, durch das die Qualität, die man verspricht, ja erst entsteht, gilt es, die Umsätze mit attraktiven Angeboten und gutem Service auf eine Höhe zu befördern, die den Kapitaldienst für die Gestehungskosten des Hotels sowie die Kosten für eine produkt- und marktgerechte Betriebsführung nach-haltig verdienen. Das Veranstaltungswesen ist dafür ein echter Joker.

Ein weiterer Joker ist die Qualität von „Einstellung und Bewusstsein“, mit der Hotel Manager über Erfolg und Misserfolg von Hotels und Veranstaltungs-bereichen entscheiden: „We are the best!“, „Yes we can!“, „Geht nicht gibt 's nicht!“, statt mit dem Fuß auf der Bremse!

Food for thought: In rund 7.000 Tagungs- und Veranstaltungsstätten mit knapp 70.000 Räumen fanden letztes Jahr 2,3 Mio. Veranstaltungen

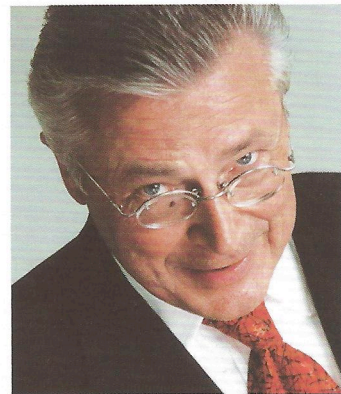
mit rund 104 Mio. Teilnehmern statt. Die blie-ben durchschnittlich für 1,7 Tage im Hotel und generierten so 87 Mio. Übernachtungen. (Quelle: ghh-consult)

3.300 der 7.000 sind Tagungshotels, also Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im großen Saal bei Reihenbestuhlung. Tagungs-hotels bieten 75 Prozent aller Räume des Tagungs- und Kongressmarktes, insgesamt über 51.000 an. Das entspricht einem Angebot von 1.9 Mio. Sitzplätzen oder 54 Prozent aller Plätze dieses Segments. Der Anteil der Hotel-übernachtungen aus dem Veranstaltungswesen beträgt 35 Prozent. 75 Prozent der Veran-staltungen finden mit bis zu 30 Teilnehmern statt. Macht das nicht Mut, mehr Veran-staltungsräume zu planen, vor allem dort, wo es im Vergleich wenige gibt: zum Beispiel in den Nordstaaten?

Der Leisure-Tourismus lässt Raum für MICE-Gäste, da die Nach-frage zu Ferienzeiten stark zurückgeht und 60 Prozent des Ge-schäftsreiseturismus sich auf drei Tage, von Dienstag bis Donners-tag, konzentrieren.

Ein „Fair Share“ vom 70-Mrd.-Euro-Tagungs- und Kongresskuchen in 2012 – welcher Hotelunternehmung, welchem Investor im Lande würde das nicht schmecken?

Winfried Völcker



Winfried D. E. Völcker hat rund ein Dutzend internationale Hotels, teils mit großen Veranstaltungs-Centren, und zusammen mehr als fünfzig Restaurants & Bars eröffnet, geführt, restrukturiert oder saniert. Völcker pachtet und betreibt Hotels. Völcker konzipiert und entwickelt – von der Idee bis zur Eröffnung. [www.voelcker-hospitality.de](http://www.voelcker-hospitality.de)  
Profil unter [www.hotelbau.com](http://www.hotelbau.com)



FACHZEITUNG

YOO DESIGN

Sans Serif

SPECIAL

BEI