

Wie kaufen Sie ein?



Suche, Verhandlung, Abrechnung und Optimierung der Einkaufsprozesse werden im Rahmen von MICE-Management-Projekten auf den Prüfstand gestellt. Offensichtlich noch viel zu selten.



Als Herausgeberin der **tw** kommentiert die Branchenexpertin **Gabriele Schulze** regelmäßig aktuelle Entwicklungen im MICE-Bereich. Die Inhaberin von marketing4results, Berlin, ist eine gefragte Beraterin, Moderatorin und Schulungsleiterin.

► **Da waren wir wohl ein bisschen zu optimistisch.** Tagungshotels- und Tagungslösungen werden eben meistens noch nicht „eingekauft“. Sie werden gebucht. Und zwar meistens spontan. Von jemandem, der dies nicht hauptamtlich, sondern eben nur ab und zu erledigt.

Und das sogar in Unternehmen, die mehrere hundert Veranstaltungen pro Jahr durchführen. Seminare, Workshops, Tagungen für Händler, Gesellschafter und Mitarbeiter, Kunden oder solche, die es werden sollen. Und selbst in diesen Unternehmen geschieht dies meistens ohne den Einkauf oder ohne das Travel Management.

Immerhin 38 Veranstaltungsorganisatoren (keine Angst, wir nennen sie hier nicht „Einkäufer“) haben sich den Fragen „rund um den Einkauf“ und damit dem „MICE-Management“ gestellt. Einem Teilnehmer hat diese Umfrage tatsächlich aus der Seele

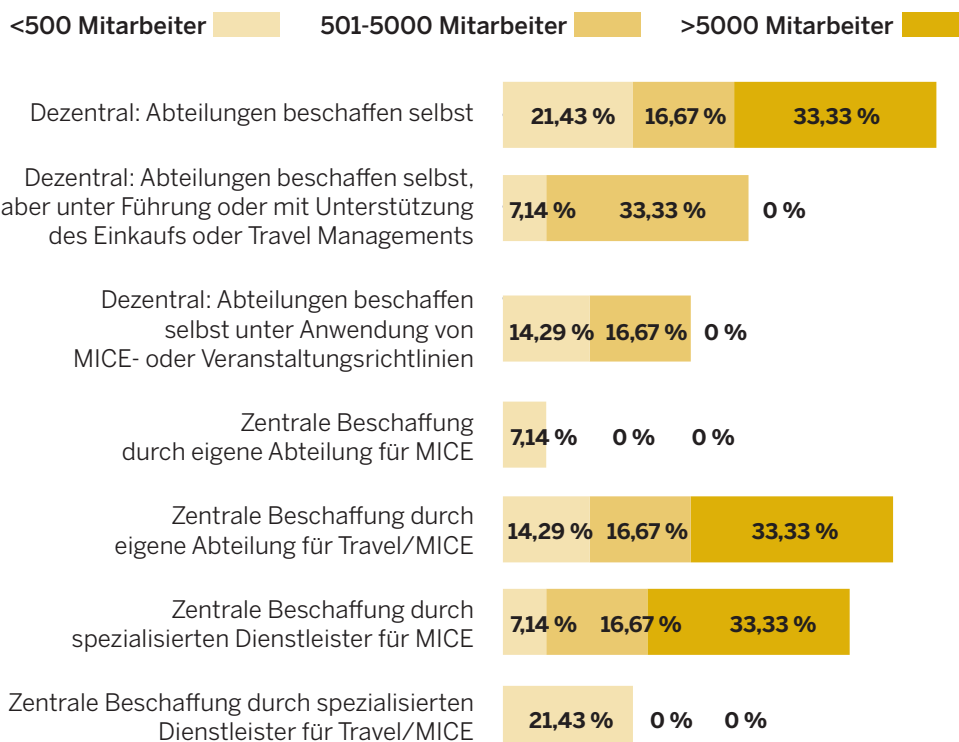
gesprochen: „Schön, dass sich die deutsche Wirtschaft der Analyse der Prozesse im MICE-Management widmet. Weiter so!“, kommentierte ein Umfrageteilnehmer. Ja, leichter gesagt als getan. Schließlich ist ja zuerst die Frage zu stellen, in wessen Verantwortungsbereich das Management eines teilweise mehrere hunderttausend Euro oder sogar millionenschweren Beschaffungsbereichs gehört? Ist es der Finanzchef? Das Controlling? Der Einkauf oder schlicht das Travel Management? Oder gehört dieser wirklich spezifische Bereich einfach doch in die Hände von Veranstaltungsprofis, egal ob es die eigenen oder externe sind?

Zwar hat sich jetzt auch der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) offiziell dem MICE-Markt geöffnet, aber die Realität schaut anders aus. Zugegebenermaßen sind bei 38 Antwortenden unserer Einkaufsumfrage die Ergebnisse nicht ganz re-

E-MAIL:
schulze@tw-media.com

Alles in den Händen von Profis?

Wie ist der Einkauf von MICE-Leistungen in Ihrem Unternehmen organisiert?



QUELLE: TW

NEUE UMFRAGE

Für herausragende oder originelle Veranstaltungen reicht es längst nicht mehr, perfekte Rahmenbedingungen durch entsprechende Räume, Logistik und Technik zu bieten. „**Wie innovativ ist die Meetingbranche?**“ Machen Sie mit bei unserer Umfrage auf www.tw-media.com. Unter allen Teilnehmern verlosen wir einen Gutschein für eine Übernachtung für 2 Personen im Wert von 150,00 € in einem Carlson Rezidor Hotel. Die Umfrage läuft bis zum 16. Juni 2014.

TW-UMFRAGE SPONSORED BY:



präsentativ, aber für Insider des Tagungsmarktes durchaus glaubwürdig. Denn 42% der Teilnehmer geben an, dass im Unternehmen jede Abteilung die MICE-Leistungen unabhängig plant und beschafft. 17% geben an, dafür eine spezialisierte Abteilung zu haben, die auch für die sonstigen Reisebereiche den Einkauf und die Steuerung durchführt. Also das Travel Management.

Nur 4% haben eine Abteilung ausschließlich für die Veranstaltungsorganisation und immerhin 13% haben den Bereich an einen spezialisierten Dienstleister ausgelagert. „Veranstaltungen“ kann schließlich jeder: das Marketing, die IT und natürlich die Geschäftsleitung.

Für die Suche und Buchung von Locations nutzen 40% der Antwortenden öffentliche Tagungsportale. 36% greifen auf Reisebüros oder MICE-Beschaffungsdienstleister und 28% auf RFP (request for proposal)-Tools zurück. Nur ein geringer Anteil arbeitet mit komplexen Ausschreibungs- und Planungstools wie Starcite, Cvent oder dem Ratefinder.

Unter den öffentlichen Tagungsportalen werden am häufigsten tagungshotels.com und tagungsplaner.de (jeweils 44%) genutzt, gefolgt von tagungshotel.com und hrs.de/tagung (jeweils 40%).

Veranstaltungen machen einen Unterschied..., wenn..., ja wenn sie in den Händen von Profis sind. Die Auswahl der richtigen Location ist entscheidend und die Vorbereitung durch smarte Einkaufsprozesse hilft dabei. Suche, Verhandlung, Abrechnung und Optimierung dieser Prozesse werden im Rahmen von MICE-Management-Projekten auf den Prüfstand ge-



Das Radisson Blu Hotel, Lucerne ist im Herzen der Schweiz am wunderschönen Vierwaldstättersee gelegen und bietet neben großzügigen Zimmern mit Seeblick auch die neueste Meeting- und Präsentationstechnologie. Auf insgesamt 1200 m² Eventfläche, aufgeteilt in 13 klimatisierte und multifunktionelle Meetingräume, lassen sich Konferenzen, Tagungen und alle festlichen Anlässe so organisieren, dass diese zu einem besonderen Erlebnis werden. Die Möglichkeiten, Inhalte zu präsentieren, erreichen eine ganz andere Dimension, seitdem alle technischen Anlagen mit Komponenten der neuesten Generation ausgestattet wurden. Interaktives und einfacheres Arbeiten mit mobilen Endgeräten, digitalen Whiteboards, sofortiger Datenspeicherung und mehr machen Ihre Veranstaltung in Luzern garantiert zu einem Erfolg.

 **WEB:** www.radissonblu.de/hotel-lucerne

stellt. Offensichtlich noch viel zu selten. Ein Ziel könnte sein, dass für die Inszenierung der Inhalte, der Planung des Spannungsbogens und der Organisation der Netzwerkqualität und des Dialoges mehr Zeit und Geld vorhanden ist, wenn der Einkauf organisiert ist. Natürlich ist dieses Ziel auch erreichbar, wenn interne oder externe Experten die Wissensbereiche aus MICE- und Eventmanagement kombinieren.

Das nächste Mal fragen wir wieder nach einfacheren Themen. Danke auf jeden Fall fürs Mitmachen.

GABRIELE SCHULZE



And what are your shopping habits?

Convention hotels and meeting venues are usually not "purchased", they are booked. Frequently quite spontaneously by individuals who don't do this on a regular basis. And that applies also to business organizations staging several hundred events per year: seminars, workshops, dealership conventions, shareholder assemblies and as well as meetings for staff, customers or potential buyers. And even these corporations often do not have procurement processes involving Purchasing or Travel Management functions.