

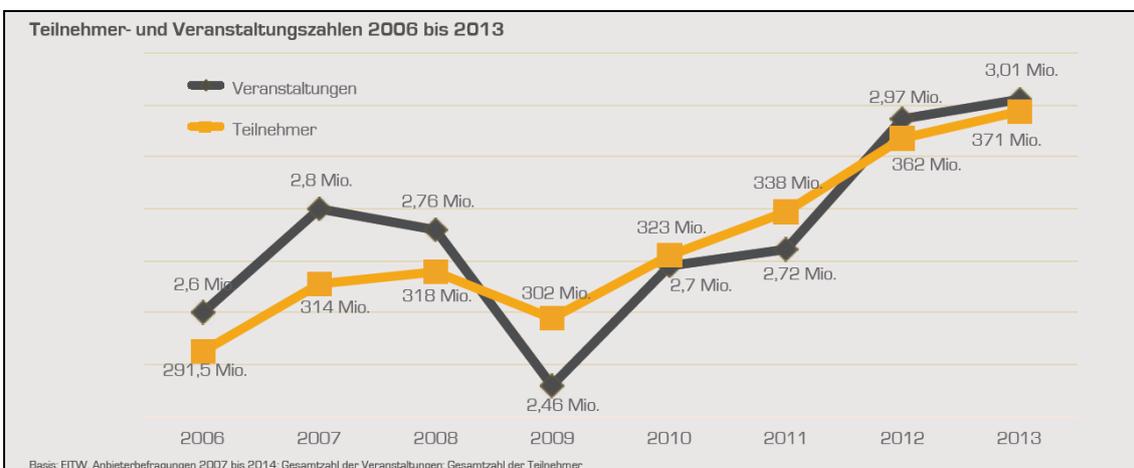
PRESSEINFORMATION

Qausal – Quality Performance Partners GmbH:

Was Veranstaltungsplaner wollen...

...und Location-Anbieter wissen sollten / Aktuelle Umfrage unter Industrieunternehmen und Dienstleistern zum Einkaufsprozess von Veranstaltungen

Kirchhain, 15. September 2014 – Jahr für Jahr steigt die Nachfrage im Veranstaltungsmarkt in Deutschland: Über drei Millionen Veranstaltungen mit 371 Millionen Teilnehmern, davon 24,3 Millionen aus dem Ausland, zählten laut Meeting- & EventBarometer die deutschen Veranstaltungsstätten allein im vergangenen Jahr. Immer mehr Veranstaltungen stehen dabei einer immer größeren Auswahl an Locations gegenüber. Doch wie wählen die Organisatoren von Veranstaltungen die für sie richtige aus? Wie verschaffen sie sich Informationen über mögliche Locations? Und vor allem – welche Anforderungen stellen sie an Location-Anbieter?



Um diesen Fragen auf den Grund zu gehen, hat die Qausal – Quality Performance Partners GmbH mit Unterstützung des VDR – Verband Deutsches Reisemanagement e.V. und des GCB – German Convention Bureau e.V. Industrie- und Dienstleistungsunternehmen zu ihren Wünschen und Erwartungen an Location-Anbieter bzw. an deren Mitarbeiter unter dem Titel “Die Anforderungen der MICE- und Geschäftsreiseindustrie an die Location-Anbieter” Mitte 2014 befragt. „Uns war es wichtig, die Bedürfnisse der Veranstaltungsmanager transparent zu machen, um die Zusammenarbeit zwischen Kunden und Location-Partner zu optimieren“, sagt Daniela Schade, Mitglied im Präsidium des GeschäftsreiseVerbands VDR.

Ein Kernergebnis der Umfrage vorweg: Das Produkt, sprich die Location, kann noch so perfekt sein und die Lage 1A – der Mensch als Schnittstelle zwischen Angebot und Nachfrage ist oft entscheidend für den Verkaufsprozess.

Die wichtigsten Ergebnisse auf einen Blick

- Ein direkter Austausch ist von Vorteil: Neben der Anfrage per E-Mail greift immer noch **jeder zweite Veranstalter zum Telefon**.
- Die Türöffner: **Freundlichkeit** (94,5%), **Produktkenntnis** (86%) und **Flexibilität** (82%) werden von dem Mitarbeiter am anderen Ende der Leitung gewünscht. Dabei ist **ein zentraler Ansprechpartner** für jeden zweiten Location-Suchenden wichtig.
- Lage, Lage, Lage: Für **48 Prozent** ist die Lage immer noch **wichtiger als der Preis**.
- Wer die Wahl hat, hat...: Knapp 85 Prozent fragen in der Regel **zwei bis fünf Locations** an.
- Der schnelle Vogel fängt den Wurm: Rund 70 Prozent der Befragten wünschen eine **Reaktion** auf ihre Anfrage **innerhalb von 48 Stunden**; jeder Zweite (57%) sogar innerhalb von 24 Stunden.
- Chancen nutzen: Wird der Kunde über die Möglichkeit der kostenlosen Stornierung informiert, sind sogar **43 Prozent** der Befragten bereit, die Veranstaltung **direkt im ersten Telefonat zu buchen**.

Wer auf der Suche nach einem für seine Zwecke passenden Veranstaltungsrahmen ist, kann heute aus dem Vollen schöpfen: Über 7.000 Veranstaltungsstätten stehen nach Erhebungen des Meeting- & EventBarometer 2014 in Deutschland zur Wahl. Um die Spreu vom Weizen zu trennen, werden laut der aktuellen Umfrage von Qausal vor allem die Tagungswebsites der Anbieter genutzt (für 91 Prozent der Befragten wichtig bis sehr wichtig) oder man informiert sich auf Fachmessen (59,5 Prozent). Dabei nimmt die Mehrzahl (84,6 Prozent) der Unternehmen zwei bis fünf Locations unter die Lupe.

Wege der Informationsbeschaffung

Die Abfrage detaillierter Informationen zu den Wunsch-Locations erfolgt vor allem per E-Mail (für 95,5 Prozent ein wichtiger bis sehr wichtiger Anfrageweg) oder über die Location-Website (86,5 Prozent). MICE-Portale werden hingegen von 44 Prozent als

weniger wichtige Informationslieferanten betrachtet. Nach wie vor ist jedoch das persönliche Gespräch und damit die Möglichkeit der Nachfrage und Klärung von Fragen ein gern gewählter Weg – 87,8 Prozent der Befragten schätzen den direkten, telefonischen Austausch. Dabei legen die Veranstalter Wert auf Freundlichkeit, Flexibilität, Präzision, Produktkenntnis und Entscheidungskompetenz ihres Ansprechpartners.

Vor allem letzteres kann die Preisverhandlung beeinflussen: Wenn auch knapp die Hälfte der Befragten (46,1 Prozent) zunächst mit einer ungefähren Preisauskunft zufrieden ist, zeigt sich sogar fast jeder Zweite (43 Prozent) bereit, direkt am Telefon zu buchen, wenn die Möglichkeit der kostenlosen Stornierung besteht. Denn neben Datum, Dauer, Personenzahl und Art der Veranstaltung ist 42 Prozent der veranstaltenden Firmen auch das ungefähre Budget bekannt.

Antwortmöglichkeiten	Beantwortungen	
Der Location-Standort ist bei der Anfrage nicht mehr flexibel	26,74%	23
Der Location-Standort ist bei der Anfrage flexibel	47,67%	41
Eine Location kann Alternativ-Standort-Vorschläge anbieten	41,86%	36
Die Lage ist wichtiger als der Preis	48,84%	42
Der Preis ist wichtiger als die Lage	10,47%	9
Der Veranstaltungs-Zeitraum ist bei der Anfrage nicht mehr flexibel	50,00%	43
Der Veranstaltungs-Zeitraum ist bei der Anfrage flexibel	15,12%	13

Lage wichtiger als Preis

Der Standort einer Location bestimmt nicht selten den Preis. Gleiches gilt für den angefragten Buchungszeitraum, der in vielen Locations den Preis beeinflusst. Was aber ist den Veranstaltern wichtiger – der Preis? Die Lage? Der Zeitraum? Wie flexibel sind sie in ihrer Entscheidung? Für 50 Prozent der Befragten ist der Veranstaltungszeitraum nicht verhandelbar – beim Location-Standort ist hingegen nur gut ein Viertel (26,7 Prozent) eindeutig festgelegt. Doppelt so viele, nämlich 47,7 Prozent, sind bei der Standortfrage noch flexibel. Und ganz eindeutig ist die Lage das Entscheidungskriterium: Für 48,8 Prozent ist der Standort wichtiger als der Preis!

Worauf es ankommt

„Die hervorragende Infrastruktur, eine Vielzahl an deutschen Tagungs- und Kongressdestinationen sowie das sehr gute Preis-Leistungs-Verhältnis sind neben den wirtschaftlichen und wissenschaftlichen Kompetenzen die wichtigsten Faktoren, mit denen der Kongress- und Tagungsstandort Deutschland in den vergangenen Jahren seinen europäischen Spitzenrang sichern und ausbauen konnte. Diese zentralen Kriterien wurden von den Veranstaltern auch in der gemeinsamen Befragung von VDR, GCB und Qausal bestätigt“, betont Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB German Convention Bureau e.V.. Und Dirk Bäcker, Geschäftsführer der Qausal GmbH, ergänzt: „Nur wer die Bedürfnisse und Erwartungen seiner Kunden kennt, kann diese gezielt und zufriedenstellend erfüllen und ein Geschäft erfolgreich zum Abschluss bringen. Location-Anbieter, die die Komplexität der MICE-Branche erfassen und verstehen und auf professionelle, gut geschulte Mitarbeiter bauen können, haben die Nase vorn.“

Die Eckdaten der Befragung

Im Frühsommer dieses Jahres wurden knapp 100 Industrie- und Dienstleistungsunternehmen sowie Event-Agenturen, Reisebüros, Tagungsvermittler und Incentive-Büros aus dem deutschsprachigen Raum befragt. Die befragten Unternehmen, die dem VDR Verband Deutsches Reisemanagement e.V. oder dem GCB German Convention Bureau e.V. angeschlossen sind, vergeben pro Jahr insgesamt mehr als 7.700 Veranstaltungen, vom Seminar und Kongress über Roadshow und Produktpräsentationen bis hin zum Assessment.

Für detaillierte Informationen zu der Umfrage „Die Anforderungen der MICE- und Geschäftsreiseindustrie an die Location-Anbieter“, zum Beispiel auch zum Angebotsumfang, den bildlichen Darstellungen und Optionsfristen, steht Ihnen die Qausal GmbH gerne zur Verfügung.

Pressekontakt:

Dirk Bäcker
Qausal GmbH
Brunnenweg 13
35274 Kirchhain
Fon: +49/6422/944 97 51
Fax: +49/69/986 69 78-11
E-Mail: dirk.baecker@qausal.de
www.qausal.de

Petra Schildbach
PresseService Petra Schildbach
Professorenweg 9
35394 Gießen
Fon: +49/641/94 31 84
Fax: +49/641/94 31 85
E-Mail: p.schildbach@ps-pr.de
www.ps-pr.de

