

# Planen wie die Profis

**CLEVER BUCHEN** Meetings und Events werden oftmals im Sekretariat organisiert. Dabei erarbeiten sich Office-Professionals das Know-how oft selbst. Doch nur wer das Arbeitsfeld strategisch betrachtet, kann Synergieeffekte entdecken und nutzen. Eine Expertin gibt Tipps dafür.



⇒ In firmeninternen Workshops kommen vielfach überraschende Erfahrungen zutage, die mit ein wenig mehr Transparenz und Kommunikation im Vorfeld zu Einsparungen geführt hätten oder Aufwand reduziert hätten. Wer die folgenden Tipps beachtet, spart bei der Veranstaltungsorganisation Zeit und Budget.

## GELD SPAREN BEI DER TERMSUCHE

Wenn Ort und Datum einer Veranstaltung bereits feststehen, lässt sich an wichtigen Kostenblöcken wie Raummiete wenig rütteln. Für ein überschaubares Maß an Flexibilität ist oft ein deutlicher Preisunterschied erzielbar. Planen Sie

unter Berücksichtigung der Möglichkeiten am Markt. Lassen Sie zumindest eine der Variablen offen, Ort oder Datum, dann besteht Spielraum. Ein Beispiel: „Wir brauchen einen Tagungsraum für 30 Personen für zwei Tage und Zimmer für die Nacht, am besten zwischen Dienstag und Donnerstag im Mai, wenn möglich im Raum Mainz.“ So oder ähnlich lauten oft die ersten Anforderungen für die Planung eines Events. In diesem Fall kann man prüfen, ob Messen die Preise für die Zimmer unnötig erhöhen, ob durch einen Feiertag in Rheinland-Pfalz günstige Konditionen für den Tagungsraum erzielt werden können oder alternativ ins wenige Kilometer entfernte Hessen ausgewichen werden kann, um günstigere Konditionen zu erzielen. Denn sobald ein Feiertag in einer Woche liegt, fallen die Preise für die Tagungsräume in Geschäftsreisehotels, da sie vielfach leer stehen, wenn die Geschäftsreisenden ausbleiben. Wenn die Teilnehmer nicht aus diesem Bundesland kommen, kann es sogar Sinn machen, solche Wochen gezielt auszuwählen.



## Wann Tagungsräume in Hotels am günstigsten sind

Tagungsräume sind für Hoteliere meist nur rund 25 bis 30 Wochen pro Jahr gut zu vermieten. Wochen mit Feiertagen, mit Messen vor Ort oder auch Ferienzeiten reduzieren die Anzahl der guten Verkaufswochen deutlich. Nutzt man diese Zeiten als Unternehmen gezielt für Tagungen, lassen sich Ersparnisse erzielen.

Handelt es sich um internationale Tagungen, sollte man auf Tools wie beispielsweise convien oder trooptravel setzen. Mit ihnen kann einerseits der sinnvollste Meetingort anhand der Standorte der Teilnehmer ermittelt und können andererseits Kosten für Anreise und CO<sub>2</sub>-Emissionen eingespart werden.

## MESSESTÄDTE GEZIELT NUTZEN

Sollten Sie einen Tagungsraum, jedoch keine Zimmer für Übernachtungen benötigen, ist in Messestädten während großen Messen das Angebot an günstigen Tagungsräumen gut. Hotelzimmer sind zwar durch große Messen oftmals gebunden, Tagungsräume stehen jedoch meist in dieser Zeit leer. Natürlich müssen Sie in diesem Fall ihre Teilnehmer darauf hinweisen, dass Sie insbesondere bei An- und Abreise die Messezeiten beachten müssen.

Tagungskapazitäten in Hotels sind an den Tagen Dienstag, Mittwoch und Donnerstag am teuersten, da an diesen Tagen die meisten Veranstaltungen stattfinden. Verständlicherweise möchten die meisten Unternehmen für die Teilnehmer eine



Anreise am Sonntag (bei Tagungsbeginn am Montag) vermeiden. Eine Idee könnte der spätere Start der Veranstaltung, (etwa gegen 10:30 Uhr) an einem Montag sein.

### VERGLEICHBARE ANGEBOTE EINHOLEN

Bei der Anfrage an die Hotels ist es wichtig, Details gezielt anbieten zu lassen. Entscheiden Sie vor der Angebotseinholung, wie die Pausen verlaufen sollen. Soll es beispielsweise eine einfache Kaffeepause mit Gebäck geben, oder lieber eine „Fitness-Break“ mit frischem Obst, Joghurt und Smoothies. Legen Sie für Ihre Veranstaltung außerdem fest, welche Stornobedingungen Sie akzeptieren möchten. Die Vorlagen der DEHOGA oder HSMA können hier eine Idee geben, eigene Stornobedingungen, gestaffelt nach Anzahl der Teilnehmer und benötigten Zimmern zu erstellen und diese bei jeder Anfrage mitzusenden. Je detaillierter die Veranstaltung bereits bei Angebotseinholung geplant ist, desto besser. Fällt Ihnen beispielsweise erst im Nachgang ein, dass Sie einen weiteren Raum für eine Break-out-Session benötigten, machen diese Details oftmals den Unterschied bei den Angeboten.

### WIE OFT MEETEN WIR EIGENTLICH PRO JAHR?

Wenn mehr als eine Person im Unternehmen Veranstaltungen bucht, ist es sinnvoll, sich einen Überblick über das Gesamtvolumen und die internen Abläufe zu verschaffen. Bei einer überschaubaren Anzahl von Personen lässt sich dies unkompliziert durch einen internen Workshop bewerkstelligen. In größeren Organisationen ist der aufwendige, aber meist einzige Weg die Sichtung der Kreditorenrechnungen.

Überlegen Sie gemeinsam mit Ihren Kollegen aus der Buchhaltung, ob Sie aus einem System wie SAP eine Auswertung erstellen können, indem Sie die Sachkonten auswerten. Oftmals führt aber kein Weg daran vorbei, die Rechnungen einzeln zu sichten und eine Aufstellung der verschiedenen Veranstaltungen und eine Clusterung nach Anzahl der Teilnehmer, Art der Veranstaltung, Dauer und Kosten vorzunehmen. Danach hat man einen Überblick über den Bedarf von beispielsweise passenden Partnern für die Angebotseinholung oder die Abrechnung von Veranstaltungen und kann auch im Einkauf gezielter planen.

### GEMEINSAME STANDARDS DEFINIEREN

Gibt es im Unternehmen mehrere Personen, die regelmäßig oder unregelmäßig Veranstaltungen organisieren, lohnt sich ein detaillierter Austausch nicht nur für den Einkauf und die Verhandlung mit Dienstleistern. Beispielsweise kann es sich lohnen, eine zentrale Datei anzulegen, in der genutzte Locations auch bewertet oder zentrale wichtige Informationen rund um den Veranstaltungsort gesammelt werden.

Darüber hinaus spart es für alle Kollegen Zeit, wenn zentrale Rahmenbedingungen wie Stornobedingungen gemeinsam erarbeitet und bereitgestellt werden. Auch Checklisten für die Veranstaltungsplanung können ein hilfreiches Instrument sein, oder auch ein zentrales Glossar mit Informationen zum Mindestraumbedarf abhängig von Teilnehmern und Bestuhlung. Die Definition von festen Pausenpaketen kann die Angebotseinholung ebenfalls vereinfachen, da man immer auf die gleiche Pausenkonfiguration zugreift und diese auch allen Anbietern direkt zur Verfügung stellen kann.

Grundsätzlich unterliegen Einzelbuchungen und Veranstaltungen unterschiedlichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB). Doch wenn Sie mit einem Hotel Verhandlungen führen, in dem Sie regelmäßig Geschäftsreisende zur Übernachtung unterbringen, können Sie positive Effekte erzielen, wenn Sie mit diesen Häusern auch über Veranstaltungen sprechen und versuchen, Paketpreise zu verhandeln.

### DIENTLEISTER HELFEN BEI DER AUSWERTUNG

Es gibt inzwischen viele Veranstaltungsportale, die für ihre Kunden auch die Rechnungsprüfung übernehmen. Gerade bei mehrtägigen Veranstaltungen mit unterschiedlichen An- und Abreisen oder bei unterschiedlichen Regelungen für Zusatzkosten kann die Rechnungsprüfung einen immensen internen Aufwand verursachen. In der Regel kann ein Dienstleister hier aber nur entlasten, wenn bereits bei der Buchung klare Anweisungen feststehen und auch das Hotel darüber informiert ist, was abgerechnet werden kann und was nicht.

Für Unternehmen mit größeren Veranstaltungsvolumina lohnt sich insbesondere für das Controlling der Einsatz von Veranstaltungskreditkarten, da es die Auswertungen zu verschiedenen Kostenarten ermöglicht. Wenn Sie diese Dienstleister wie AirPlus Company Account oder AMEX BTA für Reisebuchungen bereits unter Vertrag haben, ist es ein Leichtes, diese Karten auch für Veranstaltungen freizuschalten. ||

 Andrea Zimmermann, btm4u, Beraterin



© privat

## Über die Autorin

Andrea Zimmermann ist seit über 25 Jahren spezialisiert auf die Prozessoptimierung im Bereich Geschäftsreisen und Veranstaltungen. Sie ist Inhaberin der Unternehmensberatung btm4u in Darmstadt, Trainerin und Coach. Neben umfassenden Beratungsprojekten bietet sie Kurzanalysen für den kleinen Mittelstand, Richtlinienprüfungen, Inhouse-Workshops an.

**Kontakt:** [www.btm4u.de](http://www.btm4u.de), [www.lebeweit.de](http://www.lebeweit.de),

**Email:** [az@btm4u.de](mailto:az@btm4u.de)