

Meeting mal anders!

Business-Hotel als Basis für neue Geschäftsimpulse

Michael Roger, Betreiber des „Flair Hotel Landgasthof Roger“ stellte sich den Fragen der SCOUT Redaktion und gibt Ratschläge zu gewinnbringenden Außerhaus-Tagungen. ROI¹ mal ganz anders betrachtet.

1: engl.: Return of Invest



Kennen Sie das? Businessplanung, Statusmeeting, Brainstorming¹, Klausurtagung oder Messenvorbereitung und das mittlere Management versammelt sich im Konferenzraum 1. Jeder hat eine andere Ausrede, warum es etwas später wurde. Klapprechner unterm Arm, iPhone auf lautlos, aber vollvernetzt – und neuerdings gehört auch das iPad zur Standardausrüstung. Trotz perfekter Anmoderation des Geschäftsführers scheinen die Anwesenden nur halb bei der Sache zu sein. Keine zehn Minuten sind vergangen und der erste tippelt auf seinem Handy rum oder hat Probleme, mit dem Laptop ins Internet zu kommen. Die Assistentin des Vertriebsleiters bringt die bestellten Schnittchen und schafft es nicht ohne neue Anweisungen von ihrem Chef den Raum wieder zu verlassen. Ein neuer Impuls, der die Runde kurz vom eigentlichen Thema abbringt. Die erste Stunde ist vergangen und irgendwie ist noch nichts passiert. Die HR-Leiterin hat ein kurzes, aber enorm wichtiges Personalgespräch und entschuldigt sich für 20 Minuten. Sie hat in der Runde eh die geringste Entscheidungskompetenz und gilt zwar als liebgewonnene, passive Zuhörerinnen und Schnittstelle zum Betriebsrat, ist aber eigentlich doch überflüssig, wenn es um Strategiemeetings geht.

1: Methode zur Ideenfindung, die die Erzeugung von neuen, ungewöhnlichen Ideen in einer Gruppe von Menschen fördern soll.

Die Effizienz von Inhouse-Meetings hängt in erster Linie von der vereinbarten und gelebten Meeting-Kultur ab. Als externe Berater erfahren die SCOUTs allerdings vielfach Erschreckendes. Nicht zuletzt spielen die Kommunikationsmedien und das mäßig strukturierte Daily Business eine entscheidende Rolle bei den Chaos-Meetings.

Der SCOUT empfiehlt: Brechen Sie einmal aus und planen Sie Ihr nächstes Meeting aushäusig. Sie werden erstaunt sein über die gesteigerte Effizienz und viele weitere unerwartete Vorzüge.

SCOUT: Was sind Ihrer Meinung nach die Effizienzfresser bei Business-Meetings?

Michael Roger: Meistens ist der Grund für die geringe Produktivität eines Arbeitsteams nicht, dass einzelnen Teammitgliedern individuelle Fähigkeiten fehlen oder sie leistungsunwillig sind. Es kommt vielmehr darauf an, vorhandene Kapazitäten aus den Mitarbeitern herauszukitzeln, indem das Zusammengehörigkeitsgefühl gestärkt wird. Aber das funktioniert eben nicht immer im alltäglichen Arbeitsumfeld. ▶▶



SCOUT: Sie verdienen Ihr Geld in der Hotellerie. Welche Möglichkeiten bieten Sie Ihren Gästen?

Michael Roger: Wir haben drei Standbeine. Zum einen bedienen wir Businesskunden vom Monteur bis zur Chef-Etage, zum Zweiten machen wir Outdoor-Event-Management und zum Dritten bieten wir unseren Kunden Wellness-Angebote.

SCOUT: Keine Gastronomie?

Michael Roger: Bei uns bucht der Otto-Normalbürger genauso wie das mittlere Management und die Chef-Etage. Menschen, die die Gemütlichkeit und ländliche Gastronomie im Familienbetrieb zu schätzen wissen. Auch wenn wir gastronomisch einen hohen Standard wahren, so ist unser Restaurant doch eher ein Mittel zum Zweck. Unsere Gäste kommen nicht nur wegen unserer Küche oder dem Service. Wir erhalten durchweg positive Rückmeldungen für unsere gastronomischen Leistungen, aber hier liegt nicht der Schlüssel für unseren Erfolg. Wir sind ein Haus, welches sich vorrangig um das Wohl von Management-Teams kümmert. Unser Anspruch ist der reibungsfreie Ablauf von Business-Meetings. Die Geschäftsleute sind in der Regel sehr gestresst, wenn sie bei uns eintreffen. Deshalb wollen wir ihnen ihren Aufenthalt so angenehm möglich gestalten, sodass bei der Abreise die Ziele unserer Gäste auf Basis unserer Infrastruktur erreicht oder übererfüllt wurden. Nicht selten werden Engagement und Professionalität unseres Teams als Anlass genommen, uns dann auch als Privaturlauber zu besuchen. Darüber freuen wir uns natürlich besonders. Ein besseres Feedback kann es gar nicht geben.

SCOUT: Was ist denn die größte Herausforderung für Sie bei der Neugästegewinnung?

Michael Roger: Die Gäste schauen genauer, wofür sie ihr Geld ausgeben und die Mentalität diesbezüglich ist eher verhaltener als großzügig. Viele Firmen arbeiten mittlerweile mit reduzierten Budgets. Der Return of Invest ist für einen Hotelaufenthalt schwer zu verkaufen. Das gelingt besser, wenn man uns schon einmal besucht hat.

SCOUT: Was zeichnet Ihr Haus besonders aus?

Michael Roger: Der professionelle Umgang mit unerwarteten Situationen und spannenden Aufgaben und die Tatsache, dass wir bei besonderen Anforderungen unserer Gäste mit innovativen Lösungen aufwarten. Durch die Schnellebigkeit ist auch die Veränderung bei uns um ein Vielfaches vorangeschritten. Deshalb ist es für uns besonders wichtig, zu unseren Werten und Überzeugungen zu stehen, einen hohen Qualitätsstandard einzuhalten und Trends zu folgen.

SCOUT: Will man zu den Gewinnern einer Branche gehören, ist es zwingend notwendig, Teamentwicklungsmaßnahmen durchzuführen, um eine gute Teamkultur sowie

» ZWEI DRITTEL DER ANFRAGEN KOMMEN MITTLERWEILE ÜBER DAS INTERNET «

geeignete Kommunikationsstile zwischen den Teammitgliedern zu fördern. Wie können Sie hierbei helfen?

Michael Roger: Durch gezielte Schulungen der Teamförderung wie auch verschiedene Outdoor-Programme und gemeinschaftliche Veranstaltungen, bei denen sich Spielerisches und Lernen miteinander verbinden lässt. Dies bleibt bei den Teilnehmern nachhaltig in Erinnerung und sorgt für ein gewisses Branding².

SCOUT: Das heißt, Sie bieten nicht nur die Infrastruktur, sondern begleiten Ihre Gäste auch bei der Planung?

Michael Roger: Genau das ist unsere Stärke. Viele der Events gestalten wir selbst oder organisieren sie mit zuverlässigen Partnern in unserer herrlichen Natur. Parallel dazu verpflegen wir die Gäste mit kleinen Häppchen, Grillköstlichkeiten, Getränken, Weinproben und allerlei netten Überraschungen.

SCOUT: Sie werben mit dem Slogan „Erleben Sie die schwäbische Toskana!“ Welchen Stellenwert soll das denn für Businesskunden haben?

Michael Roger: Business hin oder her. Es geht um Menschen und da können wir viele Bedürfnisse abdecken. Das ist die Basis für erfolgreiche Geschäftsveranstaltungen. Wir legen besonderen Wert auf teamfördernde Elemente. Wir bieten Outdoor-Programme wie eine Weinbergtour inkl. Wanderung, Grillbuffet im Weinberg und Weinprobe oder auch Kanuwettfahren auf dem Breitenauer See, der von uns aus nur einen Kilometer entfernt ist. Großen Anklang findet unsere GPS-Schnitzeljagd, bei der die Gruppe in verschiedene Teams eingeteilt wird, die mittels GPS-Gerät ihre Route durch die umliegenden Wiesen, Wälder und Weinberge finden müssen. Unterwegs gilt es verschiedene Aufgaben zu lösen. Manchmal bauen wir dabei auch ein Buggy-Wettrennen oder einen Quad-Geschicklichkeitsparcour ein. Außerdem vermieten wir Fahrräder, E-Bikes und Grillplätze inkl. Grillgut. In unmittelbarer Nähe gibt es ein Schützenhaus, eine Kegelbahn und einen Minigolfplatz. Es gibt Unternehmen, die Tausende von Euro auf Messen verjubeln, um neue Geschäftskontakte zu knüpfen. Unsere Gäste tauschen sich in unserer urig gemütlichen Hotelbar oder dem Wellness-Bereich automatisch mit anderen Gästen aus – und das ganz ohne zusätzliche Kosten. Hier treffen Entscheider aus allen Branchen zusammen. Daraus entstanden in der Vergangenheit schon spannende Kooperationen.

SCOUT: Warum sollte man Tagungen nicht im eigenen Umfeld abhalten, sondern extern durchführen?

Michael Roger: Durch die Gespräche und Schulungen an einem neutralen Ort (nicht Arbeitsplatz) fällt es den Teilnehmern leichter, kreativ und offen Probleme zu erörtern sowie

²: wird in der Wirtschaft für eine enge Koppelung von Produkt, Marke, Unternehmen und Konsument verwendet.

Ideen zu entwickeln, um das eigene Unternehmen nach vorne zu bringen. Die Mitarbeiter gehen so gestärkt und motiviert an ihren Arbeitsplatz zurück.

SCOUT: Dann verlassen Sie mit Ihren Mitarbeitern auch das Haus, wenn es um Meetings geht?

Michael Roger: Selbstverständlich. Auch für uns ist es notwendig, außerhalb des Arbeitsumfeldes Inspiration zu tanken, um neue Impulse später im eigenen Betrieb umsetzen zu können. Das tun wir am liebsten bei unseren Mitbewerbern.

SCOUT: Über welche Kanäle bewerben Sie Ihre Leistungen?

Michael Roger: Unser Hauptwerbekanal ist der Gast selbst, der von unserer guten Leistung überzeugt ist, zum Mehrfachtäter wird und uns weiterempfiehlt. Des Weiteren sind wir natürlich auf allen für unsere Branche relevanten Internetplattformen vertreten.

SCOUT: Über welchen Kommunikationskanal erhalten Sie die meisten Reservierungsanfragen? Welche Rolle spielt hierbei das Telefon?

Michael Roger: Zwei Drittel der Anfragen kommen mittlerweile über das Internet, Internetportale oder E-Mail. Ein Drittel kommt weiterhin per Telefon, wobei auch hier der weitere Kontakt meist per E-Mail erfolgt.

SCOUT: Wie aktiv sind Sie in Sachen Social Media? Haben Sie einen Twitter-, Facebook- und/oder XING-Account? Und wenn ja, was bringt das?

Michael Roger: Wir sind bereits präsent, haben uns jedoch noch nicht intensiv in diese Medien eingearbeitet. Es ist uns noch nicht ganz klar inwiefern das Social Networking zum Verkauf beiträgt bzw. wie unsere Branche dort Präsenz zeigen soll.

SCOUT: Nichtwissen schützt vor Strafe nicht ... Kennen Sie das „SCOUT Werbenetzwerk“? Wir machen Kunden!

Michael Roger: Machen Sie auch Gäste? ■



Michael Roger

Betreiber des „Flair Hotel Landgasthof Roger“

Anzeige

Verfahrensverzeichnis? Datenschutzbericht?

- rechtliche und IT-Kenntnisse ???
- regelmäßige Teilnahmen an Schulungen ???

Strafen bis zu 50.000 €
Jetzt Handeln!



Datenschutz als Qualitätsmerkmal Ihres Unternehmens
kostenfreier Beratungstermin

Wolfgang Dittmann
zert. Datenschutzbeauftragter
nach DIN EN ISO/IEC 17024

Gleiwitzer Str. 15
D-38165 Lehre
Mobil: 0176 11994400
Fax: 05308 990443

dittmann@der-datenschutz-beauftragte.de
www.der-datenschutz-beauftragte.de