

„Service heißt nicht servil“



Quelle: degefest

Foto: Alex Talash

Einem Zitat von Holger Leisewitz, Vorsitzender der Vereinigung deutscher Veranstaltungsorganisatoren e.V., gebührt die Ehre der Überschrift dieses Beitrags. Schließlich war „der Kunde“ Topthema auf den diesjährigen degefest-Fachtagen Mitte Juni in Bad Honnef. Und wie es sich für den Fachverband für die Kongress- und Seminarwirtschaft gehört, war unter dem Motto „Besser als gestern werden - der Kunde ist auch nur ein Mensch!“ vor allem der Veranstaltungskunde gemeint.

Von der Neurowissenschaft bis zur Compliance wurde ein breites Spektrum abgearbeitet und so konnte degefest-Vorsitzender Jörn Raith zu Recht resümieren, dass „wir auch in diesem Jahr mit einem zentralen Leitthema großes Interesse ausgelöst haben“. So ist es.

Gleich zu Beginn setzte die Soziologin und Philosophin Dr. Regina Mahlmann mit ihrem Vortrag über neurowissenschaftliche Erkenntnisse für das optimale Tagungsumfeld einen Paukenschlag, den so mancher Hotelier gerne hören darf. Was unser Gehirn mit uns macht, wenn Erwartungen über- oder untererfüllt werden, schadet nicht zu wissen, wenn man den Mechanismus der Kundenzufriedenheit verstehen will. Mahlmanns Appell an die Praxis ist gut gezielt: Mehr oder weniger lieblose Standards sind kein Service; wer seine Kunden gut behandeln möchte, muss ihnen positive Überraschungen bieten, die auch wirklich welche sind. Noch mehr muss sich anstrengen, wer einen verärgerten Gast „wiedergewinnen“ will.

Die gute Botschaft lautet: Es geht, aber...

Die besondere Herausforderung liegt zudem darin, dass die Tagungs- und Eventbranche eine überaus dynamische ist, die sich ständig verändert. Und hier kommt Prof. Dr. Jerzy Jaworski von der Hochschule Heilbronn ins Spiel, der mit seinem Team regelmäßig die Marktanalysen des degefest betreut und auf den degefest-Fachtagen 2013 Trends und Entwicklungen in der Veranstaltungs-Wirtschaft vorstellte. Manche Trends vergangener Jahre sind heute fest etabliert, andere längst vergessen - zukunftsrelevante Tendenzen müssen frühzeitig erkannt und angenommen werden. Hierzu gehören im Tagungsbereich nach Jaworski partizipative Formate und neue Formen

der Gruppenveranstaltung wie etwa Open Space Camps, Barcamps, Community Buildings oder Fish Bowls.

Gesellschaftliche Veränderungs-faktoren

Seine Studentin Julia Kaiser widmete sich im Anschluß der Frage, welche Einflussparameter den „Kunden im Wandel“ besonders tangieren. Antwort: Von spezieller Bedeutung seien die veränderte Arbeitsteilung, die Einkommensverteilung, die Feminisierung und das „krisen-feste Gut“ Bildung. Green Meetings, Zertifizierungen und Compliance hätten im ökologisch-sozialen Bereich maßgebliche Relevanz und technologisch seien verfügbares WLAN, Interactive Walls und das Web 3.0 von vorrangigem Interesse. Ist die Zukunft also die Vergangenheit, die durch

eine andere Tür wieder hereinschaut? Auf jeden Fall gibt es Gegeneffekte, stellte Professor Stefan Luppold fest. Zwar migriere One-way inzwischen zur Crowd Communication, die die Intelligenz der gesamten Branche zu bündeln versucht.

Andererseits seien multisensuale Erlebnisse nicht substituierbar, da nur die Begegnung im dreidimensionalen Raum tatsächlich Vertrauen schaffe. Und damit ist ein weiteres Stichwort gefallen. Holger Leisewitz, im „Zivilberuf“ Leiter des Bereiches Conference & Event Management bei der Beiersdorf AG, warb in seinem Vortrag „Seid Ihr besser als gestern? Wenn ja, woher sollen wir Kunden das wissen?“ für mehr Transparenz auf der Anbieterseite – und damit für langfristige Dienstleistungs-

Beziehungen. Gefordert wird eine Service-Philosophie, die auch soziale Kompetenz vermittelt, denn Nachhaltigkeit werde zum wichtigen Auswahlkriterium. Damit kommt der Erfassung einschlägiger Kundenbedürfnisse und - im Hinblick darauf - dem Durchleuchten der eigenen Location eine strategische Bedeutung zu.

Gibt es den „Homo oeconomicus“?

Wenn ja, hätte die Diskussion um wettbewerblich faire Spielregeln wohl nicht den Hauch einer Chance. Tatsächlich ist „Compliance“ derzeit Thema Nummer 1. Und deshalb hat auf den degefest-Fachtagen Gerhard Bleile, Ehrenvorsitzender der Vereinigung deutscher Veranstaltungsorganisatoren e.V. und Autor eines

Leitfadens, seinen Impulsvortrag dem brisanten Sachverhalt gewidmet. Neben einer Checkliste, wie man sich als Verantwortlicher am besten verhält, hatte er auch Ratschläge zur Implementierung eines funktionierenden Compliance-Managementsystems parat. Und diese vier „Musts“: Alles muß transparent sein. Alles muß schriftlich dokumentiert sein. Trennung von Einladung und Geschäft und schließlich: Geben und Nehmen müssen äquivalent ausgerichtet sein. Zum Thema Compliance hat der degefest im Frühjahr eine Mitgliederumfrage durchgeführt, deren Ergebnisse vorliegen. –

Fürs Notizbuch: Die degefest-Fachtage 2014 werden in Karlsruhe stattfinden.

www.degefest.de

Zum Vormerken: 10. Qualitätskongress

Die Veranstaltung, die sich als Bildungsevent für Azubis der MICE-Branche positioniert, hat sich in den vergangenen Jahren eine Alleinstellung erarbeitet. Termin des zehnjährigen Jubiläums ist am 12.11.2013 in Kevelaer, in Kooperation mit der Niederrheinischen IHK. Dann darf man sich z.B. auf die Key Note von Bastian Fiedler, Prokurist und Leiter Business Development & Marketing bei m:con – mannheim:congress GmbH – freuen, deren Titel praktischen Nutzwert verheißt: „Vom Praktikanten zur Führungskraft oder wie erkläre ich, dass ich ab heute keinen Kaffee mehr hole...!?. Nach der Opener-Rede von Professor Luppold folgen sechs Workshops, die sich um die Themen Neue Medien, Social Media, Web 3.0, Kreativitätstechniken, Eventmarketing, -recht und -psychologie drehen.

Anmeldungen sind ab sofort möglich unter:
www.qualitaetskongress.de



Luppold, Fiedler / Quelle: degefest

Starkes Team

Die Verbandsstruktur des degefest darf an dieser Stelle auch mal rekapituliert werden. Den aktuellen Vorstand bilden: Jörn Raith (Vorsitzender und verantwortlich für den Bereich Kongress- und Veranstaltungszentren), Andreas Kienast (stv. Vorsitzender, verantwortlich für Dozenten und Trainer), Curt Rahn (Schatzmeister, ver-

antwortlich für die Bildungszentren), Nils Jakoby (Beisitzer, verantwortlich für Event-Support), Michael Klinger (Beisitzer, verantwortlich für die Tagungshotellerie), Sven Mölleken (Beisitzer, ergänzend verantwortlich für Event-Support), Martin Näwig (Beisitzer, verantwortlich für Marketing und Consulting-Maßnahmen), Peter Runge (Beisitzer, verantwortlich für Event-Controlling)

sowie Michel Tueini (Beisitzer, ergänzend verantwortlich für die Bereiche Bildungszentren und Tagungshotellerie). –

Mitglieder des Wissenschaftlichen Beirats sind die Professoren Armin Brysch (Hochschule Kempten), Dr. Jerzy Jaworski (Hochschule Heilbronn) und Stefan Luppold (Duale Hochschule Baden-Württemberg, Ravensburg).



Als Verbandsjurist amtiert Rechtsanwalt Martin Leber (Frankfurt). Geschäftsführer der degefest-Institut GmbH (Mannheim) ist Klaus Goschmann. Last but very not least: Die degefest-Geschäftsstelle in Oberhausen wird geleitet von Jutta Schneider.