



HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Event Management im 21. Jahrhundert

Die Abwicklung erfolgreicher Veranstaltungen ist eine wichtige Einnahmequelle. Besonders im Zeitalter datengesteuerter und Cloud-basierter Systeme birgt Event Management ein immenses Potenzial. **Für manche Unternehmen sind Events mittlerweile die primäre Einnahmequelle.** Erfolg basiert auf dem Einsatz von Mechanismen, mit deren Hilfe Marktdaten gesammelt und ausgewertet werden, so dass man erkennt, was wirklich relevant ist, um dann eine entsprechende Strategie umzusetzen – oft an mehreren Standorten zugleich.

„Die Einrichtung der [Event-Management-]Software vor der Betriebseröffnung sicherte uns einen exakten Überblick über den Verkauf von Räumen und die Buchung von Events. Auf diese Weise konnte jede Funktion erfolgreich ausgeführt werden.“

Will Ramsey

Director of Group Sales für das Georgia Aquarium (Infor Sales & Catering Kunde)

Welche allgemeinen Bausteine braucht es für den Aufbau und die Umsetzung einer Event-Management-Strategie? Welche Systeme müssen vorhanden sein, damit das Unternehmen in der Lage ist, großartige Erlebnisse zu bieten, maßgebliche Daten zu erfassen und den Betrieb je nach Bedarf zu skalieren und so Ressourcen optimal zu nutzen? Wir präsentieren Ihnen hier eine Reihe von Praxisbeispielen, die diese Fragen beantworten und eine Vision dafür liefern, wie Unternehmen in den Bereichen Event Management und Sales & Catering im 21. Jahrhundert funktionieren müssen.

Die Bedeutung von Live-Veranstaltungen in einer zunehmend vom Internet geprägten Welt

Veranstaltungen wie Meetings, Konferenzen, private Ereignisse und andere Anlässe stellen für viele Betriebe eine bedeutende Einnahmequelle dar. Gruppenveranstaltungen nehmen zu. So geht das US Bureau of Labor davon aus, dass der Event-Management-Sektor **zwischen 2016 und 2026** ein Wachstum von 11 % verbuchen wird. Dieser Trend macht den Bedarf an einschlägigen Fachleuten deutlich. – Und er zeigt, welches Gewicht einer optimierten operativen Effizienz beigemessen werden muss: Sie wird entscheidend dafür sein, welche Unternehmen noch in der Lage sein werden, erfolgreiches Event Management und Sales & Catering anzubieten.

Was unternehmen führende Hotels, um Event Management als Hebel für mehr Verkauf, Revenue und generell betriebliche Effizienz zu nutzen? Wo liegen Erfolgshindernisse? Welche Konzepte und Lösungen sind notwendig, um Unternehmen und ganze Branchen an moderne Technologie heranzuführen? Im Folgenden finden Sie eine Reihe von Erfolgsgeschichten aus der Praxis von Hotels, die ihr Event Management und ihre Sales & Catering-Abläufe für das 21. Jahrhundert aufgerüstet haben.

Event Management Software: Wesentliche Merkmale

Die Anschaffung einer adäquaten Lösung für Event Management und Sales & Catering ist ein bedeutender Schritt. Auf welche Merkmale sollten Sie als Technologie-Leader achten, wenn Sie in eine Event Management Lösung investieren wollen?

Hier ist eine ausgewählte Liste von Merkmalen und Fähigkeiten, die als Ausgangspunkt dienen können:

- Cloudbasiert
- End-to-End-Funktionalität – Buchung, Kommunikation, Zahlung und Nachbearbeitung
- Zugängliche Datenanalyse und gemeinsam nutzbares, benutzerdefiniertes Reporting
- Omni-Channel-Unterstützung, einschließlich Mobilgeräte
- Benutzerzentrierte Interfaces
- Automatisierte Eingabeaufforderungen für alle Phasen des Prozesses
- PCI-konforme E-Payment-Kompatibilität
- Integration mit anderen Lösungen – einschließlich Websites, Hotel-PMS, Tischverwaltung, Verpflegungskosten und Menüverwaltung
- Solide CRM-Komponente – Historie, Rabatte und Gästepräferenzen

Standortübergreifende Vereinheitlichung: LodgeWorks (Archer Hotels)

LodgeWorks ist ein privates Hotelmanagement-Unternehmen mit einer reichen, geschichtsträchtigen Vergangenheit. LodgeWorks unterhält starke Franchise-Partnerschaften mit der Hyatt Hotels Corporation (Projektkonzeption und -abwicklung für Hyatt Place® und Hyatt House®) sowie mit Hilton Hotels und Starwood. LodgeWorks behauptet sich auch seit über 30 Jahren als Markeninnovator mit Residence Inn®, Summerfield Suites, Hotel Sierra und AVIA®. Das Unternehmen führte seine Boutique-Hotelmарke Archer® ein, die LodgeWorks an ausgewählten US-Standorten weiter ausbaut.

Bei der Verwaltung dieser verschiedenen Standorte war es wichtig, die individuelle Identität zu wahren und gleichzeitig standardisierte, einheitliche Prozesse für das Event Management und Lead Management auf den Weg zu bringen. Da Leads bei Veranstaltungen an allen Standorten generiert werden, war für LodgeWorks klar, dass zur Optimierung der Ergebnisse in allen Hotels eine einheitliche Plattform vonnöten war. Nur so würde es gelingen, diese Daten zugänglich und als „standortunabhängige Kapazität“ verwertbar zu machen. Die enge Einflechtung in das vorhandene Hotelmanagementsystem war dabei unverzichtbar.

Ein standardisierter Prozess

LodgeWorks musste mit einer geeigneten Unternehmenslösung die Voraussetzungen dafür schaffen, dass die Standortleiter Veranstaltungen in einem vereinheitlichten Vorgang verkaufen und abwickeln können. Die Teams mussten in der Lage sein, Leads, von der Gruppe anerkannte Sicherheiten, firmenkonforme Dokumente und Informationen zum Gästeprofil auszutauschen. LodgeWorks musste außerdem landesweit die einheitlichen Daten für ein umfassendes Unternehmens-Reporting aufsetzen können.

LodgeWorks wollte all diese Prozesse in einer einzigen, vollständigen Lösung verwalten, damit die Teams eine End-to-End-Verwaltung von Veranstaltungen gewährleisten können – von der ersten Anfrage bis zum „Dankeschreiben“ nach dem Event.

Die Ausrichtung auf den kompletten Event-„Lebenszyklus“ dient als Richtschnur im Umgang mit jeder einzelnen Veranstaltung, aber auch für die Weiterführung von Beziehungen, die im Zuge eines Events geknüpft werden. Sämtliche Daten zugänglich, messbar und verwertbar zu machen, ist der Eckpfeiler, um dies zu verwirklichen. Besonders gilt das für Betriebe, die in der hart umkämpften Hotellerie und Gastronomie mit mehreren Standorten aufgestellt sind.

Parallelveranstaltungen am selben Standort: Georgia Aquarium

Viele dieser Parameter gelten auch für Betriebe mit nur einem Standort. Das Georgia Aquarium in Atlanta ist eines der größten Süß- und Meerwasseraquarien der Welt. Als Location ist es aufgrund seines Profils als Weltklasse-Veranstaltungsort sehr gefragt, was die Planung von Veranstaltungen zu einem wichtigen, aber auch sehr anspruchsvollen Geschäftsaspekt macht. Das Ziel der Unternehmensleitung war es, den Buchungsprozess zu straffen, um die weitläufigen Veranstaltungsflächen maximal zu verwerten. Insgesamt umfasst der Standort einen unterteilbaren 1500m² großen Ballsaal, Empfangsbereiche und auf das gesamte Gebäude verstreute Unterkünfte. Ein zentrales Erfolgselement lag darin, so viele Veranstaltungen wie möglich durchzuführen und dabei Effizienz und Rentabilität zu wahren.

Bei der Bearbeitung von Buchungsanfragen ist es wichtig, dass alle am Buchungsprozess Beteiligten die Richtlinien für den Verkauf von Veranstaltungsraum verstehen und mit den Konfigurationsmöglichkeiten der einzelnen Räume vertraut sind, um den Erfordernissen der jeweiligen Veranstaltung gerecht zu werden. Ebenfalls eine wichtige Rolle spielt die Einbettung der Kommunikation mit Dritten – sei es für Catering oder sonstige Dienstleistungen. Diese Elemente müssen als nahtloser Bestandteil des Event Managements zur Verfügung stehen.

Technologie übernimmt Schwerstarbeit bei der Planung und Koordination von Veranstaltungen

Das Georgia Aquarium stattete sich mit einer Technologie zur Event-Planung aus, mit dem Ziel, die Bewältigung der komplexen Faktoren zu vereinfachen, die bei der großen Zahl an – teilweise auch gleichzeitigen – Veranstaltungen auftreten. Mit einer intelligenten Software-Plattform sind die Event Manager in der Lage, standortweit die Verfügbarkeit von Räumen zu überprüfen, um Doppelbelegungen zu vermeiden. Sie können die Anforderungen an Raumausstattung und Service sowie alle sonstigen Gästepräferenzen registrieren. Es ist möglich, Objekt- und Veranstaltungsprofile zu verwalten und im Anschluss an Events Veranstaltungsvermerke zu exportieren, die den Teammitgliedern intern einen praktischen Überblick geben. Maßgeschneiderte Berichtswerkzeuge zur Erfassung und Weitergabe von Finanzinformationen an Geldgeber, Freiwillige und die Öffentlichkeit sind ebenfalls in den Prozess integriert, um Transparenz zu gewährleisten und Maßstäbe für den zukünftigen Erfolg zu setzen.

Mit Hilfe täglicher Tracer und prozessgesteuerter Aufgabenlisten antizipiert die Software automatisch die nächsten Schritte im Lebenszyklus der Veranstaltung und bereinigt intuitiv logistische Versäumnisse im Planungsprozess. Unterdessen können Drittanbieter von Catering-Dienstleistungen die Lebensmittel- und Getränkefunktionen der Software nutzen. Diese bietet auch eine Menüauswahlfunktion, über die Benutzer im Handumdrehen Kostenvoranschläge und Veranstaltungsaufträge erstellen, Kosten kalkulieren und Equipment zur Veranstaltung zuweisen können. Das Ergebnis ist ein integrierter Prozess, der für alle Beteiligten – einschließlich der Teilnehmer – umfassende Möglichkeiten schafft. Dies setzt mehr Markendynamik frei, eröffnet Potenzial für Wiederholungsgeschäfte und schafft umfangreiche Kapazitäten für die erfolgreiche Verwaltung mehrerer Veranstaltungen an einem einzelnen Standort – mit bequemer Größenanpassung und wenig Stress.

„Mein Wunsch war es, dass unsere Gäste auf unsere Website kommen können, einen Verkostungstermin buchen und umgehend eine Bestätigung erhalten, ohne menschliche Interaktion. Klingt einfach, oder? Sicher. Aber versuchen Sie einmal, eine Plattform zu finden, die sich in das Veranstaltungsmanagementsystem integrieren lässt, um Doppelbuchungen zu verhindern und die beides gleichermaßen gut erledigt. Das ist alles andere als ein leichtes Unterfangen.“

Michael Douglas

Director of IT, Tavern + Bowl (Infor Sales & Catering Kunde)

Einnahmensicherung durch Senkung der No-Show-Rate: Stratus Vineyards

Stratus Vineyards am kanadischen Ontariosee ist das erste vollständig LEED-zertifizierte Weingut der Welt. Auf dem spezialisierten Gut finden täglich gesellschaftliche und geschäftliche Veranstaltungen statt, aber auch regelmäßige Verkostungen, Führungen und andere Events. Das Buchungsaufkommen führte zu einer übermäßigen Belastung von Mitarbeiterressourcen, weshalb das Weingut sich mit einer skalierbaren Plattform zur Event-Koordinierung und Ressourcennutzung ausstatten wollte.

In der Vergangenheit jonglierten die Stratus-Mitarbeiter für die Organisation der teils öffentlichen, teils privaten Veranstaltungen zwischen mehreren Programmen. An den Standort gebundene On-premise-Softwarelösungen zwangen das Personal zur ausschließlichen Arbeit im Büro.

Diese Lösungen hielten mit der steigenden Nachfrage nicht Schritt. Sie waren schnell veraltet und für die sich wandelnden Anforderungen des Unternehmens ungeeignet. Gleichzeitig berücksichtigte das Unternehmen in der Planung regelmäßig nicht bestätigte Veranstaltungsgäste, was Ressourcenvergeudung und unnütze Kosten verursachte.

Umfassender Überblick und Kontrolle

Angesichts dieser Herausforderungen beschloss Stratus Vineyards die Anschaffung von Lösungen, die für eine Automatisierung der Abläufe und gleichzeitig einen umfassenden Überblick sorgen sollte. Das Event Management und die Bearbeitung von Anfragen und Zusagen der Teilnehmer sollten an einem zentralen Ort stattfinden. Man wollte hauptsächlich in ein System investieren, das die Registrierung von Anzahlungen im Buchungsprozess gut sichtbar macht. Das würde auch für die Teilnehmer eine bequeme Möglichkeit schaffen, ihren Buchungsstatus in Verbindung mit einer Veranstaltung einzusehen, was die No-show-Wahrscheinlichkeit reduzieren würde. Das Personal wiederum kann jeden Teilnehmer über eine – ortsunabhängig zugängliche – Online-Schnittstelle im Blick behalten.

Durch diese Verlagerung von einem standortgebundenen zu einem cloudbasierten System und durch eine verbesserte Transaktionskontrolle bei den Anzahlungen konnte die No-Show-Rate von durchschnittlich 20% auf nahezu 0% gedrosselt werden. Dies ist primär darauf zurückzuführen, dass mit den Sales & Catering-Aktivitäten in der Management-Lösung für Verkostungsveranstaltungen konsequentere Voreinnahmen generiert werden konnten, da eine zentrale Plattform den Überblick über alle relevanten Kundendaten gewährleistet.

Best Practices für das Event Management im Überblick

Hier finden Sie einen Überblick über Best Practices im Event Management. Sie stammen aus den oben beschriebenen Praxisbeispielen.

- Überblick über sämtliche Aktivitäten und Daten an Einzel- oder Mehrfachstandorten
- Standardisierte Prozesse in allen Häusern, was ein End-to-End-Erlebnis für Gäste und Mitarbeiter schafft
- Flexibilität bei der Verwaltung von No-Shows und Walk-Ins
- Koordination von Online-Selbstbuchung und traditioneller Buchung
- Skalierbare CRM-Komponente zur Informationsunterstützung für die Lead-Generierung, zu moderner Kommunikation und zur Untermauerung von Treueprogrammen und -angeboten

Ein Gesamtkonzept für modernes Event Management beinhaltet die zentrale Bündelung von Betriebsabläufen, um Daten und Prozesse ortsunabhängig zugänglich zu machen. Dies fördert eine fundierte Strategie und versetzt zugleich die Führungskräfte und Teams in die Lage, ihre Arbeit effizienter und stressfreier zu bewältigen.

Das schafft wiederum gute Voraussetzungen für das Unternehmen, um der neuen Verbrauchergeneration das Gästelerlebnis zu bieten, das sie erwartet.

Mobile-fähige Omni-Channel Anwendungen: Tavern+Bowl

Tavern+Bowl bedient den Großraum San Diego und Orange Counties mit einem erstklassigen Bowling und Gasthaus-Erlebnis im Rahmen von Firmen-, Party- und Privatveranstaltungen. Mit einer Vielzahl von Menüs, Sportangeboten, Bowlingbahnen und einer lustigen und beschwingten Atmosphäre benötigte Tavern+Bowl ein Veranstaltungsmanagement- und Reservierungssystem, das eine hohe Nachfrage und ein großes Volumen für ein breites Spektrum von Gästeanforderungen erfüllen konnte. Um in der Sparte bestehen zu können, musste das Unternehmen seinen Zielmarkt dort ansprechen, wo sich die Einkaufsaktivitäten konzentrieren: auf den Mobile-Geräten. Um dies zu erreichen, war die Integration mit einer Omni-Channel-Plattform unerlässlich.

Das Unternehmen investierte in eine Lösung, die eine Mobile-Anwendung mit einem größeren Daten-Ökosystem koppelt, das auch erweiterte Funktionen wie die digitale Unterzeichnung von Verträgen, Online-Event-Leads sowie die Verarbeitung von E-Payment und Online-Anzahlungen umfasst. Die Plattform versetzt das Verkaufsteam in die Lage, einen privaten Veranstaltungsraum zu buchen und im selben Schritt die nötigen Tische und Bahnen zu reservieren – ohne dass dafür separate Systeme erforderlich wären. Für die Gäste besteht auch die Möglichkeit, online selbst Restaurant- und Bowling-Reservierungen vorzunehmen. Sämtliche Buchungsdaten werden zentral gebündelt, so dass Doppelbelegungen ausgeschlossen sind.

Dieser Buchungsprozess ist flexibel. Die Technologie unterstützt verschiedenste Transaktionsarten, die von den Gästen selbst oder ansonsten vom Verkaufsteam auf dem Mobiltelefon getätigt werden können. In jedem Fall ist sichergestellt, dass die Buchung auf standardisierte, einheitliche Weise registriert wird, so dass die Nachverfolgung und Berichterstattung reibungslos funktionieren kann.

Erweiterte CRM-Kapazitäten: Touchstone Golf

Touchstone Golf hat sich in den USA als herausragender Spezialist für die Verwaltung und Beratung von Golfplätzen einen Namen gemacht. Dank eines umfassenden Erfahrungspotenzials im landesweiten Management von Golfanlagen jeder Art – von kommunalen Plätzen bis hin zu exklusiven Privat- und Resort-Clubs – verfolgt Touchstone Golf einen komplett integrierten und sehr persönlichen Ansatz des Golfplatzmanagements. Für den Erfolg in der wettbewerbsintensiven Branche benötigte das Unternehmen eine leistungsstarke CRM-Komponente (Customer Relationship Management), um sein Verkaufspotenzial auszubauen und die Kommunikation mit seinen hochkarätigen Kunden und Interessenten besser zu verwalten. Touchstone war auf der Suche nach einer Plattform, die auf seine Anwendungserfordernisse zugeschnitten war und Sales & Catering-Funktionen mit Blick auf Lead-Generierung und Mitgliederwachstum beinhalten sollte.

Die Abwicklung der Mitglieder- und Interessentenbeziehungen erfordert einen Aufwand, der über einzelne Veranstaltungen hinausreicht. Gleichzeitig gilt ein konstantes Augenmerk den Veranstaltungen selbst, deren Verwaltung schlank und effizient bleiben muss. In einem Umfeld, in dem Gäste zusehends eine persönliche Note erwarten, eröffnet eine robuste CRM-Komponente im Event Management einen breiteren Überblick über die Präferenzen der Gäste, die Ausgaben- und Veranstaltungshistorie sowie den Mitgliederstatus. Dies trägt dazu bei, die Kommunikation sinnvoller und relevanter zu gestalten und langfristige Beziehungen zu Mitgliedern und Interessenten zu fördern.

Sinnvolle Erlebnisse und Wachstumspotenziale schaffen

Mit Hilfe einer integrierten Lösung werden all diese Informationen für das Verkaufspersonal sichtbar und zugänglich gemacht. Das fördert eine überzeugende Kommunikation mit den Kunden und erleichtert die strategische Fokussierung von Werbeaktionen, damit verbundenen Veranstaltungen und Mitgliederwerbung.

Die Kombination aus Event-Management-Plattform und einer leistungsstarken CRM-Komponente gestattet es Unternehmen wie Touchstone, gehaltvollere Kundengespräche zu führen und im Blick zu behalten, wie sich diese Beziehungen und Interaktionen im Laufe der Zeit entwickeln. Sie liefert wertvolle Anhaltspunkte für neue Strategien zur Planung von Veranstaltungen unter Berücksichtigung der Präferenzen und Vorlieben der Gäste. Die positiven Auswirkungen berühren alle möglichen Bereiche vom Ressourcenmanagement über die Abfallvermeidung bis hin zur Kampagnenplanung.

Die Entwicklung von Event Management und Sales & Catering

Im 21. Jahrhundert agieren alle Branchen rund um das Event Management schneller denn je, um Kunden besser zu bedienen, mehr darüber zu erfahren, wie man mit Interessenten kommuniziert und um die Zugkraft von Einnahmequellen zu stärken. Mehr Transparenz der Geschäftsdaten, erweiterte CRM-Funktionen und Omni-Channel-Funktionalität sind unerlässlich. Es gibt vielfältige Aspekte, um auch darüber hinaus wichtige Weichenstellungen zu treffen.

Integrierte Technologie verschafft Unternehmen einen besseren Überblick darüber, was in einzelnen Veranstaltungsräumen, an einem gesamten Standort oder über eine ganze Marke hinweg tatsächlich geschieht. Die Technologie bringt fortwährende Neuentwicklungen im Branchenumfeld. Zeitnah auf echte Daten reagieren zu können, ist deshalb von größter Bedeutung – und wird heute glücklicherweise einfacher als je zuvor. Jetzt ist der optimale Zeitpunkt für den Umbau des Event Management Systems.

[Mehr erfahren >](#)



Infor bietet Cloud-Applikationen für ausgewählte Branchen an. Das Unternehmen zählt 17.000 Angestellte und mehr als 68.000 Kunden in mehr als 170 Ländern. Mit Infor-Software können Anwender ihre Geschäftsprozesse optimieren. Weitere Informationen finden Sie auf www.infor.de.

Folgen Sie uns: