

Warum old fashioned-Prozesse nicht digitalisiert werden können!

Bei Buchungen von Meetings & Tagungen ist grundlegendes Umdenken nötig!

Schon vor vier Jahren griff ich Folgendes auf: „Wenn Sie einen Scheißprozess digitalisieren, dann haben Sie einen scheiß digitalen Prozess.“

Ich muss mich entschuldigen – nicht für die deftigen Worte, sondern dass ich den Starrsinn Ewiggestriger unterschätzt habe. Denn heute, im Zeitalter von Blockchain und Künstlicher Intelligenz im E-Commerce, zeugt das leider alles noch viel zu sehr von Unwilligkeit zur Erneuerung. Die Ausreden, der persönliche Kontakt und die Individualität, selbst für immer wiederkehrenden Einkaufsprozesse von 08-15-Tagungszimmern sei doch sooo wichtig, erntet allenfalls ein höflich-müdes Lächeln. Im Alltag des Onlineeinkaufs per einem Klick – Amazon hat hier einen Jahrzehnte prägenden Standard geschaffen, ist der langatmige, mehrere Kaffeemaschinen-Füllungen hinausgezögerte Buchungskontakt vom Travel & Event Manager zur Bankettleiterin des Haus- und Hof-Hotels vielleicht noch tiefenpsychologisch zu erklären. Sinn macht dies für beide Seiten nicht mehr!

Tatsächlich muss ich bis dato mit einer geradezu unheimlichen Krampfhaftigkeit die Vielzahl der schlechten Ausreden hören, warum denn partout das direkte Durchbuchen von Tagungen so kompliziert sei. Dasselbe hatte man von Reisen, Möbeln und Autos behauptet – und widerlegt wurden die stoischen Verneiner allesamt. Im Gegenteil: Längst sind einzelne Reisebausteine im Baukastensystem per Knopfdruck buchbar, individuelle Möbelstücke und ganze Küchen digital plan- und orderbar sowie hochwertige Limousine ganz nach Gusto im Webshop der Automarke zu bestellen.

In der Tagungswirtschaft sind über 80 Prozent der Alltagsbuchungen Kompaktgeschäfte für Meeting bis zu 20 Teilnehmern inklusive Tagungstechnik, Heiß- und Kaltgetränke sowie Snacks. Standard also. Keine weitere Debatte nötig.

„Wir gehen aber noch weiter: Selbst komplexe Konferenz- und Kongressplanungen sind im Baustein-Prinzip digital abbildbar – von Auswahl der Tagungsdestination über Incentives bis zu Unterbringung und Transport.“

Die dazu nötige Buchungstechnologie ist seit einigen Jahren in Erprobung und Neuentwicklungen auf Big-Data-Basis selbst mit ersten KI-Elementen zeugen davon, dass auch im tradierten Meeting-Business die Portalökonomie die Vormachtstellung erobert. Dabei dürfen jedoch keineswegs die typischen Entwicklungsfehler wie in der Hotellerie begangen werden: freiwilliger Verlust der Daten- und Preis- hoheit an Online Travel Agencies wie Booking & Co.

Tagungsanbieter sowie deren angestammte Catering-, Incentive- und Transportpartner müssen von vorneherein auf technologisch smarte Tools setzen, damit Content (Beschreibungen, Fotos und Preise) wie der eigene Augapfel gehütet wird und nur bewusst zugeschalteten Buchungsportalen im selbst gesteuerten Vertriebsmix zugeteilt wird. Es wird sich zeigen, ob der Rattenschwanz an technologischen Altlasten der bereits etablierten Anbieter und Portale nicht zum Verhängnis in der Transformation zu zeitgemäßen und neuen Prozessen wird.

Bernd Fritzes
Vorstandsvorsitzender

VDVO Verband der
Veranstaltungsorganisatoren
Crellestrasse 21
10827 Berlin

Telefon: +49 30 221 903 680
info@vdvo.de/www.vdvo.de



Quelle: Foto: VDVO