

MICE-PROFI UDO LÜLSDORF

„Booking und Expedia bringen uns nicht in Bedrängnis“

Der MICE-Markt ist in Bewegung, die Konkurrenz zwischen den Anbietern wird immer härter. Im Gespräch mit Cost & Logis kündigt meetago-Gründer und -Geschäftsführer Udo Lülldorf eine massive Konsolidierung an und spricht über die Zusammenarbeit mit HRS.



„Es wird zu einer massiven Konsolidierung im MICE-Segment kommen.“

HRS HAT 25,1 PROZENT DER ANTEILE AN IHREM UNTERNEHMEN ÜBERNOMMEN. WELCHE VERÄNDERUNGEN BRINGT DAS MIT SICH?

Auch nach der HRS-Beteiligung bleibt meetago ein eigenständiges Unternehmen. Die Geschäfte führen wir weiterhin vom Firmensitz in Bonn. Wir werden gegenüber Firmenkunden als auch gegenüber Hotelpartnern wie bisher autark auftreten. Im Vertrieb setzen wir neben HRS unverändert auf bestehende Partnerschaften mit den führenden Geschäftsreisebüros und DER Touristik, die weiter ausgebaut werden sollen.

WELCHE VORTEILE HAT DER HRS-DEAL?

Die Abgabe von 25,1 Prozent der Geschäftsanteile an HRS bedeutet für meetago die exklusive Vermarktung und Einbindung unserer Technologie in das HRS-Segment Meetings & Groups. HRS-Firmenkunden wickeln Tagungen und Veranstaltungen künftig ausschließlich über die meetago-Technologie ab. Im Gegenzug sichert sich HRS das uneingeschränkte Nutzungsrecht an unserer Technologie. Die meisten deutschen Geschäftskunden, die ja den größten Teil des Veranstaltungsmarktes ausmachen, buchen Hotels im Individual-Segment bereits online. Sie werden MICE- und Transient- beziehungsweise Individualbuchungen demnächst über ein- und dieselbe Plattform abwickeln können – One-Stop-Shop, so wie sie es heute favorisieren.

INWIEWEIT PROFITIEREN IHRE HOTELPARTNER?

Durch mehr Buchungen und ein forciertes internationales Business via meetago und tagungshotel.com. Wenn Sie ein Hotel im Ausland anfragen, muss sichergestellt sein, dass das Hotel auch ein Angebot abgibt. Und das funktioniert nur, wenn Sie über eine internationale beziehungsweise globale Präsenz verfügen und die Hotels bei der Bearbeitung der Anfragen begleiten. Als bedeutender Anbieter auf diesem Markt brauchen Sie heute vor allem eines – enorme Reichweite. Und die kann uns HRS ohne Zweifel bieten. Wir

verfügen auch über weitgehend identische Kunden- und Supplier-Strukturen.

WIE BEURTEILEN SIE DAS IMMER HÄRTERE KONKURRENZUMFELD AUF DEM MICE-MARKT UND DIE OFFENSIVE GROSSER PLAYER WIE BOOKING UND EXPEDIA IM CORPORATE-SEGMENT?

Es wird zu einer massiven Konsolidierung im MICE-Segment kommen. Angesichts der Reichweite und Finanzkraft der großen OTAs werden es die kleineren Anbieter künftig zunehmend schwer haben, ohne Kooperationen mit den Big Playern am Markt zu bestehen. Sie können ihren Kunden ganz einfach nicht das One-Stop-Shop-Erlebnis bieten, wie es die Großen tun. Firmenkunden, ob große oder kleine, wollen am liebsten einen Lieferanten, eine Plattform, über die sie alles abwickeln und konsolidierte Reportings bekommen können. Sie wollen, dass ihre vorgegebenen Tools akzeptiert werden. Das muss nicht zwingend über eine OTA, kann auch über eine Online Booking Engine hergestellt werden. Auf alle Fälle aber braucht man die Fläche, auf der sich der potenzielle Event-Besteller oder Meeting-Organizer aufhält. Es ist meines Erachtens von existenzieller Bedeutung für die Anbieter von MICE-Technologien, an eine große Plattform angebunden zu sein.

HRS HAT SEIN ENGAGEMENT IM CORPORATE-SEGMENT NICHT ZULETZT MIT DER BETEILIGUNG AN MEETAGO ERHEBLICH VERSTÄRKT. WENN SICH JETZT BUCHUNGSRIESEN WIE ALLEN VORAN BOOKING AUFMACHEN UND ZUR OFFENSIVE IM CORPORATE-BUSINESS BLASEN: MUSS EINEM DA ANGESICHTS DER POWER SOLCHER UNTERNEHMEN ALS KONTRAHENT NICHT ANGST UND BANGE WERDEN?

Angst haben wir auf gar keinen Fall. Sehen Sie: Um die Bedürfnisse aller Kunden bedienen zu können – einerseits die der unmanaged beziehungsweise Maverick Buyer und andererseits die der strategischen Einkäufer –, ist eine sehr ausgeklügelte Buchungstechnologie notwendig. Eine Plattform, auf der Kunden Hotels nicht

nur anfragen und buchen können, sondern auch Schnittstellen zu vor- und nachgelagerten Prozessen vorfinden. Und in dieser Hinsicht sind wir sehr weit, können Firmenkunden den Absprung aus HRS sowie aus der Online Booking Engine in unsere Lösungen bieten.

ANDERE ANBIETER WERDEN VERSUCHEN, NACHZUZIEHEN.

Natürlich werden auch Booking und Expedia in diesem Bereich aufholen. Expedia ist mit einer Instant Book Engine ja auch schon auf dem Weg. Und von Booking ist zu hören, sie würden etwas Entsprechendes entwickeln. Mit solchen Instant-Book-Technologien lassen sich allerdings noch lange nicht die Bedürfnisse großer Firmenkunden befriedigen. Ich spreche hier etwa von dem Wunsch, kleinere Packages direkt online zu buchen oder auch für große Veranstaltungen Vertragsraten und ein maximales Einsparpotenzial nutzen zu können. Das bedeutet: Wenn unsere Wettbewerber nicht beide Welten – MICE Instant Book und den klassischen RFP-Prozess – in einem System abbilden, werden sie es schwer haben, sich in diesem Geschäft auf dem deutschen Markt zu etablieren. Denn das sind nun mal die Grundbedürfnisse hiesiger Firmenkunden.

MIT ANDEREN WORTEN: UNTERNEHMEN WIE BOOKING UND EXPEDIA BRINGEN SIE IN IHREM KERN-BUSINESS, DEM MICE-SEGMENT, NICHT IN BEDRÄNGNIS?

Nein. Firmenkunden wickeln sehr große Volumina über unser System ab. Da geht es schon mal um Buchungen mit einem Wert von über 100.000 Euro. Bei solchen Größenordnungen ist es ein erheblicher Unterschied, ob sie die Buchung in einem Hotel platzieren, in dem die Vertragsrate zum Beispiel um 30 Prozent günstiger ist als die Best Available Rate. Diesen Vorteil werden sich die Firmenkunden ganz bestimmt nicht nehmen lassen. Wir sehen den RFP-Prozess als Grundlage für den klassischen Einkauf über Online-Tools und sind davon überzeugt, dass diese Mittel von den Wettbewerbern auch mittelfristig nicht zur Verfügung gestellt werden.

WARUM NICHT?

Sie dürften sich auf das Thema MICE Instant Book konzentrieren und die Live-Buchbarkeit vorantreiben, was Firmen sicher auch zunehmend nachfragen werden. Aber die großen Firmenkunden, die ihre Buchungsvolumina verlässlich über ein System abwickeln wollen, werden sich darauf nicht einlassen. Vor diesem Hintergrund sehen wir dem Engagement von Booking und Expedia im MICE-Business gelassen entgegen. Sie machen uns keine Angst, treiben die Kunden eher weg aus der Offline- rein in die Online-Buchung.

HATTEN SICH BEI IHNEN NEBEN HRS AUCH ANDERE UNTERNEHMEN WEGEN EINER BETEILIGUNG GEMELDET?

Ja. Wir hätten unseren Weg auch mit einem anderen Partner weitergehen können. Die Entscheidung ist dann aber sehr schnell für HRS gefallen. Das Unternehmen ist im Geschäftsreisebereich äußerst weit entwickelt und passt sehr gut zu uns. HRS ist wie meetago ein inhabergeführtes Unternehmen, unbürokratisch aufgestellt und kann schnelle Entscheidungen treffen, wenn es darauf ankommt.

WERDEN SICH IHRE KONDITIONEN IM GESCHÄFT MIT DEN HOTELIERS ÄNDERN?

Nein. Wir arbeiten seit Jahren mit einem bewährten Modell, das den Hoteliers faire Konditionen bietet und an dem wir nicht rütteln wollen. Wenn Sie berücksichtigen, dass die Hoteliers dank unserer Leistungen von Ersparnissen bei den Distributionskosten in Höhe von sieben bis zehn Prozent profitieren und zudem erhebliches Neugeschäft über uns generieren, lohnt sich ein Anschluss an meetago und tagungshotel.com auf jeden Fall.

IST VORGESEHEN, DASS DIE HRS-BETEILIGUNG AN IHREM UNTERNEHMEN SPÄTER AUFGESTOCKT WIRD?

Die Beteiligung bleibt vorerst bei 25,1 Prozent. Was sich langfristig entwickelt, das lässt sich nicht vorhersehen. Eine Aufstockung ist zunächst nicht geplant. <

Hotel Online Buchung STATE OF THE ART

ab 49 Euro/Monat

www.flexxbooker.com

0201 8 20 20 84

sales@hotelwebservice.com

The screenshot shows the 47° Hotel website interface. At the top, there is a search bar with the text "47° HOTEL" and a "Suchen" button. Below the search bar, there is a navigation menu with "WILKOMMEN" and "STORNIERUNG ANMELDEN". The main content area features a large image of a modern hotel building at night. To the right of the image, there is a "Herzlich Willkommen" section with a welcome message and a "thawte" logo. Below the image, there is a search form with fields for "WEGGEBEN", "ZIMMER", "EXTRA", "ADRESSE", and "PRÜFEN". The search form includes a table with columns for "WEGGEBEN", "ZIMMER", "EXTRA", "ADRESSE", and "PRÜFEN". The table contains the following data:

WEGGEBEN	ZIMMER	EXTRA	ADRESSE	PRÜFEN
03 Jun 15	08 Jun 15	2	1	Verfügbarkeit prüfen

Below the search form, there is a "select lady" section with a small image of a room. To the right of the "select lady" section, there is a "Max. Beträge" section with a table:

Max. Beträge
2 Personen, davon max. 1 Kind
Beschreibung
Ausstattung
Bürogeräte

At the bottom right, there is a "thawte" logo and a date "03.06. - 04.06.2015" with a "Max. 4200,- €" label.