

Anbieter der Hotellerie und Planer sind verunsichert. Sie brauchen Richtlinien für die Handhabung von Einladungen und speziellen Promotions-Angeboten.

TAGUNGS - ADE?



Wie viel Service-Komfort ist angemessen? Die Vorstellungen sind verschieden.

How much service comfort is appropriate? Opinions differ.

SCHNÄPPCHEN



Photo: The Ritz-Carlton, Beijing

■ **Compliance.** Nachdem sich zunächst vornehmlich Veranstalter von Incentive-Reisen Fragen nach ethischer Angemessenheit solcher Motivations- und Gratifikations-Instrumente stellen lassen mussten, stehen mittlerweile auch Hoteliers in der Pflicht, ihre Compliance-Konformität nachzuweisen.

Site Inspections um neue Kunden mit Gegebenheiten vor Ort vertraut zu machen, seien legitim und nicht Einladungen der Anbieter zu einer persönlichen Vorteilsnahme, insistierten die Vertreter der Sparte Hotellerie während der GCB-Jahresversammlung am 10. Juni 2013 in Essen. „Die Katze im Sack kauft heute niemand“, so der einhellige Tenor. Deshalb sei eine Handreichung, wie die Hotelanbieter Einladungen künftig gestalten sollen, dringend erforderlich.

Auf Kundenseite herrscht zudem Verunsicherung hinsichtlich der attraktiven

„Schnäppchen-Angebote“, die mit radikalen Nachlässen, Add-on-Zusatzleistungen oder gleich Gutscheinen locken. Inwieweit diese Benefits mit Compliance-Leitbildern übereinstimmen, steht ebenfalls auf dem Prüfstand. So etwa lockt Dusit International ganz ungeziert mit Aussicht auf „five nights‘ accommodation in a luxurious 2-bedroom villa at the picturesque Dusit Thani Laguna Phuket, including two round trip economy class airfares from the country of origin“. Voraussetzung sei die Buchung einer Gruppe mit mindestens 25 Zimmerbelegungen für zwei Nächte plus Gala Dinner oder halbtägigem Meeting in einem der Dusit Hotels bis zum 31. Oktober 2013. Die Schräglage tritt ein, wenn die bevorstehende Beschaffungsentscheidung durch dieses attraktive Angebot manipuliert wird und privater Urlaub in der Folge die Vorteilsnahme offensichtlich macht. >>

No more perks or bargains?

Both the hotel industry and planners themselves are unsettled. They need guidelines on how to handle invitations and promotional offers.

■ **Compliance.** Organisers of incentive trips have recently had to face many questions about ethical standards, and now hotels are also having to demonstrate their compliance with all the relevant requirements.

On-site inspections designed to show prospective customers what hotels have to offer are perfectly legitimate and in no way a perk, insisted the representatives of the hotel trade during the GCB’s annual general meeting on 10 June 2013 in Essen. Nobody buys a pig in a poke these days – that seemed to be the unanimous view. Recommendations on how hotels should handle such invitations in future were thought to be urgently required.

Customers are also unsettled by attractive offers designed to tempt them with spectacular discounts, add-ons or vouchers, for example. The extent to which these benefits comply with the relevant requirements is also being examined. Dusit International, for instance, holds out the prospect of “five nights’ accommodation in a luxurious 2-bedroom villa at the picturesque Dusit Thani Laguna Phuket, including two round trip economy class airfares from the country of origin“. The precondition for this stay is that you first have to book at least 25 rooms for two nights plus a gala dinner or a half-day meeting in a Dusit Hotel by 31 October 2013. This attractive offer may very well influence the decision to purchase, and when people get the opportunity to enjoy a private holiday, the advantages gained are clear. >>

International sales experts such as Meenaz Lilani, Executive Director of Global Sales at the FRHI Group, dismiss this compliance debate as internal German issue. The hotel groups' websites that promote their reward schemes do, of course, mention that rewards may be subject to tax liability in certain countries. One example is a competition staged by the BusinessClub of the IHG Group, which owns the brands InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Holiday Inn and Holiday Inn Express.

The Meeting & More website states that, for every 5,000 euros you spend, you receive a lottery ticket and thus increase your chances of winning a fashionable leather handbag or a briefcase from an exclusive Italian designer. iPods, Nike+FuelBands and Kindles are among the other gifts customers can win in the IHG Rewarding Meetings

scheme. "IHG launched this promotion exclusively for BusinessClub members based in Europe and the Middle East. We strive constantly to ensure that our sales promotions comply with all the requirements in the relevant markets. Separate terms and conditions are often drawn up for specific markets. If there were any doubts with regard to compliance, we would look at the terms and conditions immediately and adapt them where necessary," explains Monika Machetanz, IHG's Area Marketing Director for North, Central and East Europe.

Rather than relying on gifts, the Accor Smart Meetings Deals package at Novotel and Mercure is based on a volume discount system. Bed and breakfast is free of charge and there is no conference fee for every tenth conference delegate. The offer applies to events that include overnight stays and runs subject to availability until December 2013. >>



Die IHG Group, Dachmarke von InterContinental und Crowne Plaza, lockt im BusinessClub mit einem Gewinnspiel.

IHG Group, umbrella brand of InterConti and Crowne Plaza, lures BusinessClub customers with a competition.

Photo: IHG

„Ein deutsches Thema“ nennen internationale Sales Experten wie Meenaz Lilani, Executive Director Global Sales bei der FRHI Group, diese Compliance Debatte. Dass Prämien „unter Umständen steuerpflichtig“ seien, ist immerhin Vermerk auf den Bonusprogramme ankündigenden Websites der Hotelgruppen. So auch für das Fashion-Gewinnspiel im BusinessClub der IHG

ven italienischen Designers.“ Weitere Prämien, die IHG Rewarding Meetings bei gesteigertem Umsatz in Aussicht stellt, sind iPods, Nike+FuelBands und Kindles.

„Diese Promotion wurde von IHG exklusiv für die in Europa und im Nahen Osten ansässigen BusinessClub Mitglieder gestartet. Wir sind stets bemüht sicherzustellen, dass unsere Salespromotionen mit im jeweiligen Markt geltenden Regeln konform sind. Oft haben wir individuelle AGB für spezifische Märkte.

Sollten Zweifel an der Konformität bestehen, würden wir die AGB sofort überprüfen und gegebenenfalls anpassen“, erklärt Monika Machetanz, Area Marketing Director North, Central and East Europe IHG.

Statt auf Sachprämien fokussiert das Angebot „Clever Tagen: Accor Smart Meetings Deals“ bei Novotel und Mercure auf

ein Mengenrabattsystem. „Bei jedem zehnten Tagungsteilnehmer werden sowohl die Übernachtung als auch das Frühstück sowie die Tagungspauschale von Accor übernommen.“ Das Angebot ist für Veranstaltungen inklusive Übernachtung gültig und gilt entsprechend Verfügbarkeit bis Ende Dezember 2013. Accor betont auf Anfrage, dass man sich bei jeder Zusammenarbeit vorab über Geschäfts- und Vertragspartner informiere und zudem eine eigene Charta entwickelt habe, die als Vertragsbestandteil in den Bereichen Franchise oder Einkauf zu unterzeichnen ist.

„Aus unserer Sicht ist Accor Smart Meetings Deals eine normale, übliche Promotion-Rate. Das Angebot ist bewusst so entworfen, dass der Vorteil nur gewährt wird bei Abrechnung über eine Firmengesamtrechnung. Damit schließen wir persönliche Vorteilnahme aus“, erklärt Eike Kraft, Vice President Public Relations & Corporate Communications der Accor Hospitality Germany GmbH. >>

Die Compliance-Debatte ist ein „deutsches Thema“.

Group, Dachmarke von InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Holiday Inn und Holiday Inn Express.

Hier offeriert das Portal Meeting & More: „Pro 5.000 Euro Umsatz erhalten Sie ein Los und erhöhen damit die Chance auf den luxuriösen Gewinn einer top-modischen Lederhandtasche oder Aktentasche eines exklusiven

KEEP IT SIMPLE.

IN DER NEUEN MEETINGPAUSCHALE
VON NOVOTEL IST ALLES DRIN!

Haben Sie viel zu tun und müssen sich zusätzlich auch noch um die Buchung von Meetings kümmern? Dann haben wir genau das Richtige für Sie - eine Meetingpauschale für kleine bis mittlere Veranstaltungen, die alles enthält, was Sie brauchen:

Willkommenskaffee, WLAN, Softgetränke, Beamer, Mittagessen, Kaffeepausen und IHK-zertifizierte Meeting Manager.

Gerne erstellen wir Ihnen ein Angebot - maßgeschneidert auf Ihre Bedürfnisse.

LE CLUB **ACCOR**
HOTELS

WERDEN SIE JETZT MITGLIED UNSERES WELTWEITEN
TREUEPROGRAMMS AUF ACCORHOTELS.COM

MEETING PAUSCHALE

AB

54€
* pro Person

- Tagungsraum
- Willkommenskaffee
- Softgetränke im Tagungsraum
- Mittagessen und 2 Kaffeepausen
- Beamer und WLAN

* Pauschale gilt für ein Minimum von 10 Personen

NOVOTEL
HOTELS

Novotel.com/meetings



PERFEKTE VERANSTALTUNGSORTE IN DUBROVNIK

Dubrovnik ist eine der renommiertesten MICE-Destinationen Europas. Zu den Reizen der Stadt zählen ihr UNESCO-Weltkulturerbe, das ganzjährig milde Klima sowie die gute Anbindung, zum Beispiel durch Direktflüge aus über 50 „Hubs“. Nur 20 Minuten von der lebhaften Altstadt entfernt, liegt die Halbinsel Babin Kuk, eine Oase, auf der sich verschiedene Hotelanlagen von Valamar befinden. Sie alle sind wunderschön gelegen, nur wenige Schritte vom Meer entfernt, und bieten moderne Kongress- und Business-Einrichtungen, darunter auch das größte Kongresscenter der Region; damit gehören sie zu den besten MICE-Locations in Dubrovnik.

Valamar Dubrovnik President Hotel – ein neues 5-Sterne-Juwel eröffnet im Mai 2014



Wenn Sie nach einem perfekten Veranstaltungsort für kleinere Konferenzen oder Events suchen – nahe der Altstadt von Dubrovnik, aber dennoch ruhig mit viel Privatsphäre, werden Sie künftig mit dem 5-Sterne-Hotel Valamar Dubrovnik President die perfekte Location gefunden haben. Nach umfangreichen Renovierungsarbeiten und der Einführung vieler neuer Features wird das Hotel seine Gäste empfangen: im mediterranen Stil, mit neuem Außenpool und luxuriösen Zimmern, die großzügige Balkone oder Terrassen bieten. Geschäftsreisenden wird ein voll ausgestatteter Konferenzraum zur Verfügung stehen, der sich in fünf separate Räume aufteilen lässt und bis zu 400 Personen fasst. Darüber hinaus stehen zwei weitere Tagungsräume für kleinere Veranstaltungen zur Auswahl. Absoluter Hotspot für Bankette und Empfänge: die neue Terrasse mit herrlichem Panoramablick auf die Adria und die Elaphiti-Inseln.

Für größere Konferenzen lassen sich die Einrichtungen des Valamar Dubrovnik President Hotel mit dem multifunktionalen Konferenzzentrum des benachbarten Hotels Valamar Lacroma Dubrovnik kombinieren. Das Lacroma verfügt über den größten Konferenzsaal in Kroatien mit einer Gesamtkapazität für bis zu 1.200 Personen sowie sieben weitere Tagungsräume im Businesscenter, Möglichkeiten für Ausstellungen und eine Reihe von attraktiven Veranstaltungsorten für Empfänge und Cocktailpartys.

HIGHLIGHTS

- Meeting- und Banketräume
- Atemberaubende Terrasse für Veranstaltungen mit Panoramablick auf das Meer und die Elaphiti-Inseln
- Toplage direkt am Meer
- Terrasse/Balkon mit Meerblick in allen Zimmern
- Ausgezeichnetes Restaurant

Kontakt:

Valamar Hotels & Resorts
Tel.: +385 20 448 228
E-Mail: mice@valamar.com
www.valamar.com/en/meetings



VALAMAR
HOTELS & RESORTS

[PRODUCT hotels]



Holger Leisewitz: Für Einladungen gibt es klare Spielregeln. Die Einkäufer selbst anzusprechen, ist tabu.

Holger Leisewitz: There are **clear rules of play for invitations**. Approaching the buyers personally is against these rules.

Photo: Beiersdorf AG

„Wir brauchen die Hotellerie. Wir sind auf Augenhöhe. Es ist ein Geben und ein Nehmen. Man muss sich daran gewöhnen, dass nun in neuer Tonart Klavier gespielt wird und gewisse Dinge zu beachten sind“, sagt Holger Leisewitz, Conference & Event Manager der Beiersdorf AG und erster Vorsitzender des Verbands Deutscher Veranstaltungs-Organisatoren (VDVO). Mithilfe seiner federführenden Kompetenz wurde aus den Guidelines für Veranstaltungsplaner eine Empfehlung für die Hotellerie deriviert, die beide Seiten unterstützen will.

„Für Einladungen gibt es klare Spielregeln. Die Einkäufer selbst anzusprechen, ist tabu. Ebenso sind die Zeitzyklen, in denen die Ausschreibungen laufen, tabu“, weiß Leisewitz. Um sich bestmöglich zu informieren, aber nicht beeinflussen zu lassen, besucht er grundsätzlich nur Veranstaltungen, wo die fachliche Information im Vordergrund steht und deutlich ausgewiesen ist, dass der „nette Abend“ erst später kommt. In Begleitung der Le-

benspartner zu kommen, hält er auch bei dezidiertem Einladungsproblematisch. „Niemand hat etwas dagegen, wenn nach dem Informationsinput bei Häppchen und einem Glas Wein Networking betrieben wird. Da hilft der gesunde Menschenverstand“, so der Experte. Vom klassischen Fam-Trip – „ein Un-Wort“ – distanziert Leisewitz sich.

Diese Meinung teilt Dominik Deubner, Inhaber der Agentur Domset und Initiator des am 14. und 15. November 2013 in Köln erstmals stattfindenden MICE Clubs. „Indem wir mit TÜV Rheinland den Compliance Check anbieten, reagieren wir pro-aktiv und nehmen dieser endlosen Debatte den Wind aus den Segeln“, sagt Deubner. Die Zertifizierung von Anbietern mit einem Compliance Siegel nach Abgleich der unternehmensrelevanten Kriterien sei jedem Anbieter selbst überlassen. Für mindestens ebenso wichtig hält er die Entwicklung eines Beratungsprodukts zur Gewährleistung von Compliance-gerechten Fam-Trips.

Katharina Brauer

No more perks or bargains?

Accor emphasises that the other party is always informed about business and contractual partners in advance of each deal. Moreover, the company has drawn up its own charter that has to be signed as part of the contract by a representative from the franchise or purchasing department. "From our point of view, the Accor Smart Meetings Deals package is certainly nothing out of the ordinary. The scheme is designed in such a way that any rewards or advantages received have to be included in the invoice to the company. This eliminates the possibility of anyone securing personal advantage," explains Eike Kraft, Vice President Public Relations & Corporate Communications at Accor Hospitality Germany GmbH.

"We need the hotel industry. We have a partnership of equals. There is give and take. We have to accept that the situation has changed, and certain things now have to be taken into account," says Holger Leisewitz, Conference & Event Manager at Beiersdorf AG and Chairman of the VDVO, which is an association of German event organisers. Under his expert guidance, recommendations have been drawn up for the hotel industry that are derived from the guidelines for event planners. The recommendations require communication from both sides and seek to appeal to and assist both sides.

"There are clear rules of play for invitations. Approaching the buyers personally is against these rules. The time frames within which invitations to tender run are also off limits," asserts Leisewitz. To get the best possible information while ensuring he remains free of influence, he only attends events whose focus is clearly on providing information and where the evening's entertainment is clearly secondary. Leisewitz believes attending with your spouse is also problematic even if there is a dedicated invitation is received. "Nobody has anything against a bit of networking over a glass of wine afterwards. Common sense should prevail here," says Leisewitz, who is also sceptical about typical fam trips and regrets how the word has crept into German usage.

His opinion is shared by Dominik Deubner, Managing Director of the agency Domset and initiator of the MICE Club, which will be holding its first meeting on 14 and 15 November 2013 in Cologne. "By offering the compliance check together with TÜV Rheinland, we are responding proactively and taking the wind out of the sails of this seemingly endless debate," says Deubner. It should be left to each provider to decide whether they want to seek certification in the form of a compliance seal based on relevant criteria. He believes that developing a consulting product to ensure that fam trips comply with requirements is at least as important.

Katharina Brauer

www.dusit.com

www.meeting-and-more.com

www.accor.com

www.veranstaltungsplaner.de

www.mice-club.com



THIS IS MY Winter Meeting 54 € pro Person*

- Bereitstellungskosten für den Haupttagungsraum
- Standardtechnik (Beamer, Leinwand, Flipchart)
- 2 Tagungsgetränke sowie Kaffee und Tee unlimitiert
- 2 Kaffeepausen mit winterlichen Köstlichkeiten, dazu Kaffee und Tee
- Lunch mit saisonalen Speisen aus der Region nach Wahl unseres Küchenchefs, dazu 1 Softgetränk und 1 Tasse Kaffee

* Gültig ab einer Mindestteilnehmeranzahl von 10 Personen.

* Buchbar von November 2013 bis Januar 2014

* Buchungscode: WINMEE

Bleiben Sie doch über Nacht!

Ab 79 € im TRYP Guestroom zur Einzelnutzung inklusive Frühstücksbuffet.

Für Ausgleich und Entspannung sorgen unser Fitnessraum mit Sauna und Sonnenterrasse. Lassen Sie einen aufregenden Tag mit leckeren Cocktails und Tapas an unserer Bar n°33 Revue passieren.



TRYP BERLIN MITTE

Chausseestraße 33
10115 Berlin, Germany
T. (+49) 30 414723 0
F. (+49) 30 414723 999
tryphotels.com

OWN THE CITY