



Reisekosten-Abrechnung
an ADP auslagern,
hilft Kosten sparen

Mehr im Blattinneren in der Kolumne
biz inside und auf www.at.fcm.travel
unter: **Über uns > Unsere Partner**



Our People. Your Guarantee.

tma

travel management austria

Das österreichische Fachmedium für Business Travel & MICE

Sonderinformation für tip's - travel industry professionals 40/11 (981)
September/Oktober 2011. Ausgabe 05/11 Profi Reisen Verlagsges.m.b.H
A-1030 Wien, Seidlgasse 22 - P.b.b. - 02-Z032784W - Verlagspostamt 1030
www.tma-online.at



Foto: istockphoto.com

ABTD 2011 - Erfolgreicher Austrian Business Travel Day in Wien

Brennpunkt - Green Meetings

Interview - AX Travel Management und Verkehrsbüro Business Travel im Gespräch

Thema - Firmen- und Weihnachtsfeiern: Trends, Locations, Etikette



WORDLWIDE SPECIALS

beijing ab 612€
delhi ab 668€
caracas ab 867€

havanna ab 733€
fort de france ab 948€
kapstadt ab 709€

AIRFRANCE



Bookings bis 11.10.11; Abflug bis 31.3.2012. Tarife ab Wien inkl. Steuern, exklusive Ticket Service Charge. Stand: 15.9.11. Änderungen vorbehalten

Inhalt

ABTD 2011 Seite 2
Das war der ABTD 2011

Brennpunkt Seite 8
Green Meetings

Im Interview Seite 10
Peter A. Tolinger / AX Travel
Management & Gerhard Aigner /
GF Verkehrsbüro Business Travel

Flug Seite 12
Boutique-Airline: Finnair

Business Travel Seite 16
Travel Manager im Gespräch

Businessknigge Seite 18
Russland, Teil II

Thema Seite 22
Firmen- & Weihnachtsfeiern

Thema Seite 28
Tagen am Airport

Städtetipps:
Kopenhagen Seite 19
Miami Seite 20

Technologie Seite 30
Private Zimmervermietung im Web

NEU
Business Travel-Rap Seite 6
Hanno Kirsch / GF Air Plus

ABTD 2011 – Austrian Business Travel Day 2011

Zurück zum All Inclusive-Ticket



Norbert Kettner, Geschäftsführer Wien Tourismus, eröffnete mit einem packenden Impulsvortrag. Im Bild mit den Initiatorinnen des ABTD, Christine Hafner, Abta-Ehrenpräsidentin, Martina Grimus, Geschäftsführerin FCm Travel Solutions, und Elo Resch-Pilcik, Herausgeberin und Verlegerin tma (v.r.)

Es herrscht morgendliche Betriebsamkeit um kurz vor 9 Uhr an diesem 22. September im ersten Stock des NH Hotels Danube in Wien: Frauen im Kostüm suchen ihr Namenskärtchen, Herren im Anzug nehmen das Informationsmaterial zum zweiten ABTD 2011 entgegen. Das Programm hat sich ein wenig geändert – Joachim Hunold, ehemals CEO von Air Berlin, kommt nicht. Statt seiner spricht Matthias Schmid, Vice President Network Passenger Sales Development der Emirates. Später steht die Suche nach dem Vortragssaal und einer Tasse Kaffee an, oder – von Seiten der Aussteller, darunter International SOS, Fly Niki, Singapore Airlines u.v.a., das Zurechtrücken der Goodies und Info-Broschüren, bevor ein Glöckchen klingelt und zum Veranstaltungsbeginn ruft. 160 Personen füllen den Saal, um

am ABTD 2011, veranstaltet von der Abta, FCm Travel Solutions und dem tma, teilzunehmen. Travel Manager, Einkäuferinnen, Sekretäre und Vertreterinnen von Leistungsträgern aus Österreich oder dem nahen Ausland. Sie sind hier, um zu networken, sich auszutauschen, Ideen für ihre Arbeit mitzunehmen. „Im täglichen Leben hat man wenig Zeit, sich mit so etwas zu beschäftigen, daher ist es schön, hier ein wenig in die Zukunft zu blicken. Wohin geht der Trend im Travel Management?“ sagt Manuela Stajniko von Pago International, erstmalig am ABTD.

Blick in die Zukunft

Die Branche hat nach wie vor Gewicht, wie Abta-Ehrenpräsidentin Christine Hafner mit aktuellen Zahlen wieder einmal bestätigt: „Die aktuelle Abta-Geschäftsreiseumfrage hat ergeben,

Die Zukunft lag im Fokus des zweiten ABTD am 22. September 2011 im NH Hotel Danube in Wien: Wie entwickelt sich Europa, welche Märkte kommen, wo liegen die Trends der Geschäftsreisebranche? Einen intensiven Blick warfen Experten auf das Thema Ancillary Fees. 160 Personen lauschten, diskutierten und tauschten sich aus. **tma** war live dabei.

dass in Österreich pro Jahr ca. 6 Mrd. EUR für Geschäftsreisen ausgegeben werden.“ Aber wie sieht die Zukunft aus? „Im Wesentlichen wächst die Wirtschaft, aber die Zukunft ist unberechenbar. Früher hat man den Vogelflug beobachtet. Heute werden Institute bezahlt, um einem zu sagen, wie die Zukunft aussieht. Schauen Sie lieber auf die Vögel, das ist genauso gut“, sagt Rudolf Taschner, Mathematiker an der TU Wien, später in seinem Impulsvortrag, der vom ungerechten Markt handelt, bestimmt ist von der Suche nach dem richtigen Zeitpunkt, von der Bedeutsamkeit des persönlichen Zusammentreffens für Vertragsverhandlungen und jener, seine Produktpalette zu diversifizieren. Taschners Fazit: „Geschäftstourismus ist nichts anderes als das Grundgeräusch des Schaffens von besserer Zukunft.“ Wieder also die Zukunft.

> Fortsetzung auf Seite 4

EDITORIAL

Mira Jeschke &
Maria Schoiswohl



Ein Flug, ein Preis

Eine Leistung, ein Preis. Oder: eine Leistung, die plötzlich in viele Leistungen aufgesplittet und mit vielen Preisen abgerechnet wird. Ancillary Services und deren Fees beschäftigen die Branche in Europa seit knapp zwei Jahren. Während Experten die Talsohle der Preiserstückelung noch nicht sehen, erblicken Beobachter der USA bereits den nächsten Gipfel, der da heißt: ein Flug, ein Preis – das All-inclusive-Ticket. Nun wirklich keine Neuerung in der Geschichte des kommerziellen Flugs, aber ein Lichtblick für all jene, die sich derzeit den Kopf zermartern, wie man denn diese Ancillary Services darstellen, abrechnen, stornieren oder dem Chef erklären könnte. Beim ABTD 2011 in Wien diskutierten Vordenker zum Thema und waren sich einig: Der Trend geht wie-

der zu einem Gesamtpreis. Wann er kommt, steht in den Sternen, sind doch auch traditionelle Netzwerkcarrier vom lukrativen Gedanken der Ancillary Fees angetan. Das Fluggeschäft wird sich also noch eine Weile in Richtung viele Leistungen und viele Preise entwickeln, bevor es wieder heißt: All in one. Ob das dem individualistisch gewordenen Geschäftsreisenden dann gefällt, hat er sich an die breite Auswahl und Wahlmöglichkeit erst gewöhnt, ist eine andere Frage. Wir sind optimistisch, dass der Luftfahrtindustrie dann wieder etwas Neues einfällt.

Maria Schoiswohl / Redaktion & Mira Jeschke / Projektleitung

PS: Das nächste tma liegt Ende November druckfrisch für Sie in Ihrem Postfach.

Entdecken Sie unseren Flughafen im fliegenden Wechsel

Steigen Sie um - einfach, schnell und ohne den Terminal zu wechseln:
am Flughafen Amsterdam Schiphol



Reisen, die inspirieren





Experten im Gespräch über das Thema „Ancillary Fees“

Auch Eröffnungsdredner Norbert Kettner, Geschäftsführer Wien Tourismus, geht darauf ein. Europa und die USA würden künftig eine andere Rolle spielen. Die Prognosen fürs Wirtschaftswachstum 2011, das auch den Geschäftsreisemarkt beeinflusst, sprechen für sich: 1,6% für Europa, 4,6% für Brasilien, 8,9% für China. „Man kann jetzt resignieren und sagen: Was wird mit Europa? Werden wir nur mehr das Disneyland für die Asiaten und Lateinamerikaner? Ich weiß nicht, was passiert, aber wir müssen proaktiv auf die Situation zugehen.“

Für Kettner liegen die Branchenthemen der Zukunft auf der Hand: Onlinebuchungen, Smartphones, Videokonferenzen und, wenig überraschend, Ancillary Fees, die Airlines weltweit 2008 7,7 Mrd. EUR und 2009 11 Mrd. EUR an Zusatzeinnahmen brachten. Für 2010 wurden von Amadeus und der Beratungsgesellschaft Idea Works über 18 Mrd. EUR erwartet.

Die Suche nach dem Preisniveau

Ancillary Fees sind es auch, die die Teilnehmer des zweiten Teils dieses Vormittags beschäftigen. Bei der Podiumsdiskussion nach einer Pause, in der, über Kuchen und Kaffee, erste Visitenkarten ihre Besitzer wechseln und fleißig genetzt wird. Und nach Matthias Schmidts Vortrag zur aktuellen Situation der Luftfahrtindustrie. Er nennt Fakten, die die aktuelle Entwicklung, den Aufstieg von Airlines aus dem Mittleren Osten, aus Asien oder Lateinamerika und den Abstieg jener in Europa und den USA beeinflussen: die Koppelung der Industrie an die Weltwirtschaft, die Verlagerung von Verkehrsströmen durch technologische Entwicklungen (höhere Reichweite durch Flugzeuge, europäische Hubs werden unnötig), die Behinderung von länderüber-

greifenden Konsolidierungsprozessen durch wettbewerbsrechtliche und luftfahrtpolitische Einschränkungen (liberalisierte Märkte in Südamerika, genügend organisches Wachstum von Airlines im Mittleren Osten für Alleingänge) und positive und negative staatliche Interventionen (Alleingang der EU beim Emissionshandel, keine Zweckbindung für Abgaben). Er ist es auch, der in der anschließenden Podiumsdiskussion zu Ancillary Fees sagt: „Das Produkt der Airlines ist zur Commodity-Ware verkommen. Wir müssen wieder auf ein Preisniveau finden.“

Problem der Preiserteilung

Was diese Ancillary Fees überhaupt sind, darüber sind sich die Airlines seit Geburt des Goldesels nicht einig. „Jede Airline hat eine andere Interpretation“, so Christina Debbah, Vice President, Global Sales & Distribution der AUA, bei der Diskussion. Da gibt es Grundsatzleistungen, die bepreist werden (Gebühren für Handgepäck etwa) Fees, die durch Unbundling entstehen (Essen, Sitzplatzreservierung) und Zusatzservices die à la carte verkauft werden, „Upgrades oder das Kommissionsgeschäft ‚Hotel‘“, wie Matthias Schmid erläutert. Beide Airlines sind am Markt als Netzwerkcarrier positioniert, die, im Gegensatz zu Low Cost-Carriern, (noch) keine Ancillary Fees einheben. Bei der AUA sei Unbundling kein Thema, das Kommissionsgeschäft jedoch schon. „Wir haben strategische Überlegungen für die Marke – was verträgt die AUA? Was kann man an Extraservices anbieten?“ Interne Entwicklungen dazu seien bis Ende 2012 geplant. Während das Kommissionsgeschäft sicher online vertrieben werde, sei man bei Emirates natürlich am Geschäft mit Ancillary Fees interessiert, diese müssten aber über alle Kanäle buchbar sein. Eine Möglichkeit für Emirates sei eine eigene Agentwebseite

für Reisebüros, um dem Businesskunden die Buchung von Zusatzservices zu ermöglichen. Die AUA sieht davon ab, „wir warten auf die GDS.“ Bei Amadeus können Airlines bereits ihre Ancillary Services anbieten, wie Österreich-Geschäftsführer Wilfried Kropp bestätigt. Die Finnair etwa teste das System, der Pilotbetrieb halte sich jedoch in Grenzen. Es sei ein komplexes Produkt und dessen Sinn in Frage gestellt, doch die Aufgabe als IT-Dienstleister sei es, „das zu tun, was die Industrie von uns verlangt.“

All inclusive statt Ancillary Fees

Die Zerteilung des Flugpreises stellt alle Branchenbeteiligten vor Herausforderungen und Abta-Präsident und Air Plus-Geschäftsführer Hanno Kirsch ist überzeugt: „Wir stehen bei dem Thema noch ganz am Anfang. In den USA gibt es das schon viel länger.“ Dennoch hätten die Airlines auch dort keine Industriestandards. „Wenn man Ancillary Fees effizienter abwickeln will, muss es eine kostenlose Anpassung der Schnittstellen geben.“ „Die Airlines sind in der Pflicht, die Leistungen weltweit zu standardisieren. Noch ist es ein riesiges Problem mit dem Interlining, bei Aircraft-Changes, etc.“, so Kropp. Es geht also wieder einmal um Prozesskosten, die optimiert werden müssen, um das Geschäft mit den Ancillary Fees operativ managebar zu machen. „Ohne

Standards gibt es keine erfolgreiche Landung beim Kunden“, sagt ÖRV-Präsident und BCD Austria Travel-Geschäftsführer Norbert Draskovits. „Wobei ich denke, die Anzahl der tatsächlich verkaufbaren Produkte wird überschätzt.“ Er sieht eher ein überschaubares Angebot an paketierten Leistungen (Anm.: Interview tma 04 2011). Draskovits warnt davor, die Reisebüros unter Druck zu setzen, „indem man Produkte in die Landschaft setzt, die höhere Vertriebskosten bringen, als der Nettoumsatz.“

Der Umkehrschluss der Diskussion ist klar: Ein Flug, ein Preis. „Wir bewegen uns in Wellen. In den USA sieht man schon: Die Prozesskosten übersteigen den Wert der Services. Der Weg führt zurück – wir inkludieren wieder alles“, resümiert Kropp. Applaus vom Publikum, „Endlich wird ehrlich und offen diskutiert“, sagt Christine Hafner, Abta-Ehrenpräsidentin, bevor die Teilnehmer des ABTD zur Mittagspause schreiben. Bei Huhn und Fisch wird rege diskutiert. Dann klingelt ein Glöckchen und lädt zu den Fachforen (siehe unten). Den Abschluss des ABTD 2011 bildet ein Kabarettauftritt der „Männer“. Nur ein Bruchteil der 160 Teilnehmer sind noch anwesend, lachen dafür aber umso lauter. Danach wird es ruhig im ersten Stock des NH Hotels Danube in Wien und der zweite ABTD 2011 ist vorbei. SAM❖



Aus den Foren

Wie fit ist Ihr Travel Management?

Dr. Andreas Wilbers, Professor an der Fachhochschule Worms, Simone Anton, FCm Travel Solutions, Anton Srsen, Air Plus, und Rainer Stiel, ADP Employer Services, verglichen Aufwand und Preis-/Leistungsverhältnis von Prozessen, Reisetellenleiter berichteten aus der Praxis. Themen waren zudem Effizienzsteigerung durch Workflowbündelung, die Fürsorgepflicht des Arbeitgebers und mobile Technologien.

Persönliche Sicherheit auf Geschäftsreisen

Joachim Leis, Diplom Verwaltungswirt & Kriminalhauptkommissar a.D., Executive Trainer, MentalLeis Dienstleistungen, gab in einem ebenso informativen wie unterhaltsamen Workshop Anregungen zum Nachdenken über Sicherheitsvorkehrungen vor der Reise, das richtige Verhalten während der Reise, über Do's & Dont's zu Hause und unterwegs. Besonders wichtig: Eine positive, handlungskompetente Ausstrahlung. Die man trainieren kann.

Apps auf Reisen – Services für Geschäftsreisende

Bernward Hohenbild, HRG-Director Business Technology Central Europe, ging auf Apps, ihre Entwicklung und Bedeutung für Geschäftsreisende ein. Das Mobiltelefon mit App-Funktion sei künftig nicht mehr aus dem Reisealltag wegzudenken, seine Funktion reiche vom Check-In bis zu Tracking in Gefahrensituationen. Wer eine App entwickeln will, müsse konkret planen.

Spuren am Datenhighway – Bedrohung oder Rettung

Dr. Hans Zeger, Obmann Arge Daten, schuf Bewusstsein für die eigene Spur am Datenhighway – etwa durch Reisen (PNR), Kommunikation (Apps am Smartphone), Wirtschaft (Kreditkartenbuchung) –, sprach über die Rolle der Politik in diesem Zusammenhang, und ging allgemein dem Bedürfnis nach Sicherheit nach.

Die Macht der Stimme

Ingrid Amon, Rednerin & Stimmexpertin, Institut für Sprechtechnik, erklärte anschaulich anhand praktischer Übungen, wie die Stimme als Schlüsselreiz der Kommunikation funktioniert. Durch das Hören ziehen wir Schlüsse auf die Persönlichkeit unseres Gegenübers, somit könnte man auch von „Ohrientierung“ sprechen. Fazit: Mit professionellem Training lassen sich Füstelstimme oder Frosch im Hals leicht überwinden.



ABTD 2011 – Rudolf Taschner zitiert

Warum der Markt nicht gerecht ist, erläuterte Prof. Rudolf Taschner / Mathematiker an der TU Wien am ABTD 2011. Hier seine markantesten Aussagen:

„Geschäftstourismus ist nichts anderes als das Grundgeräusch des Schaffens von besserer Zukunft.“

„Videokonferenzen sind ein Schmarren. Man möchte die Aura des Wortes haben, wenn man zusammenkommt.“

„Der Markt kann gar nicht gerecht sein, weil die Zukunft unberechenbar ist. Mit diesem Risiko müssen Sie leben. Doch: Der Erfolg ist sichtbar, das Risiko ist unsichtbar. Seien Sie also zufrieden. Es wird immer einen geben, der es besser kann.“

„Sie müssen Ihre Produkte diversifizieren – don't put all your eggs in one basket.“

„Es ist ganz entscheidend, dass man zusammenkommt, man einander sieht und Verträge abschließt. Verträge sind eine Investition in die Zukunft. Es wäre vielleicht auch wichtig sich manchmal mehr Zeit zu nehmen, zu entschleunigen.“



Business Travel-Rap

Business Travel-Rap mit Hanno Kirsch

Die Geschäftsreisewelt ist eine bunte, eine launige und eine unterhaltsame. Deshalb bittet **tma** in Hinkunft die Akteure dieser Welt zum Business Travel-Rap. Den Anfang macht Hanno Kirsch, Geschäftsführer von Air Plus Austria und Abta-Präsident. Für **tma** gab er am ABTD 2011 nach der Podiumsdiskussion sein Bestes.



Ancillary Fees – ein schreckliches Wort!

ABTD 2011 – genauso gut wie der erste.

Kreditkartengebühren – schlechtes Thema. Wenn ich was anderes dazu sagen soll, dann muss ich erst darüber schlafen.

Workshop bei Sonnenschein – Psychoterror. Ist der Inhalt aber gut, dann sind solche Veranstaltungen natürlich ok.

Lange Podiumsdiskussionen – boring, boring, boring... (lacht) Aber die Ancillary-Fee-Diskussion war schon spannend.



Spar-Tipp: Geschäftsreisekosten-Abrechnung an ADP auslagern

Um rund 60 Prozent hat der Autozulieferer DELPHI seine Verwaltungskosten durch das Auslagern der Reisekosten-Abrechnung an ADP Travel, in Österreich strategischer Partner des internationalen Geschäftsreise-Spezialisten FCm TRAVEL SOLUTIONS, gesenkt.

Eine gute Entscheidung. Denn länderspezifische, sich ständig ändernde Reisekosten-Gesetze, wachsende Internationalisierung und komplexe steuerrechtliche Fragen machen die Reisekosten-Abrechnung vielschichtiger und komplizierter. Es lohnt sich, einem führenden Spezialisten wie ADP zu vertrauen.

Der Autozulieferer DELPHI setzt auf ADP

„Im Mai vergangenen Jahres entschied sich die deutsche Niederlassung des Autoelektronik-Anbieters DELPHI, die Reisekosten-Abrechnungen im Managed-Services-Modell an uns auszulagern. ADP übernahm dabei das komplette Reisekosten-Management. Unter Berücksichtigung aller aktuellen rechtlichen, steuerlichen, innerbetrieblichen und datenschutzbezogenen Aspekte.“

Daniella Friedrich, Teamleiterin Managed Services Travel / ADP



„Der Umstieg hat sich für uns gelohnt. Die Abrechnungs-Prozesse sind vereinfacht und beschleunigt worden und stehen im Einklang mit den jeweiligen gesetzlichen Vorgaben und hausinternen Reiserichtlinien. Die bei der Vertragsunterzeichnung formulierten Ziele wurden voll erreicht. Insgesamt spart DELPHI seit dem Wechsel zum Managed-Services-Modell rund 60 Prozent der Verwaltungskosten. Bei 25.000 Abrechnungen im Jahr kommt da einiges zusammen. Die Auslagerung an ADP Travel bringt für uns viele Vorteile – z. B. haben wir die Personal- und IT-Kosten gesenkt, mehr Flexibilität gewonnen, sind besser geschützt vor Systemausfällen und können in Urlaubszeiten besser disponieren. Darüber hinaus haben wir den Abrechnungs-Zeitraum von 30 Tagen auf 5 verkürzt, sodass wir die Reisekosten nun wöchentlich – also noch vor Belastung des Kreditkartenkontos des Dienstreisenden – erstatten. Das wirkt sich positiv auf die Zufriedenheit der Mitarbeiter aus.“

Dieter Ender, Leiter der Personalverwaltung / DELPHI

DELPHI beliefert namhafte Automobilhersteller wie Volkswagen, Daimler und BMW. Die ehemalige General-Motors-Tochter ist in über 40 Ländern vertreten und beschäftigt weltweit mehr als 150.000 Mitarbeiter. DELPHI Deutschland erzielt mit ca. 5.500 Mitarbeitern einen Umsatz von rund 2,5 Milliarden Euro.



Advertorial

ADP-Kunden-Vorteile im Überblick



- ★ Rechtssicherheit durch Berücksichtigung aller gesetzlichen Vorgaben
- ★ Umsetzung individueller Reisekosten-Richtlinien
- ★ Revisionsicherheit
- ★ einfache, intuitiv zu bedienende Web-Anwendung
- ★ Prozess-Optimierung durch individuelle, workflowgestützte Verfahren
- ★ digitale Beleg-Archivierung mit Onlinezugriff
- ★ Vollkostensicht durch Import von Kreditkarten-Daten
- ★ Kostentransparenz durch aussagekräftiges Online-Reporting

- ★ Einbindung von vor- und nachgelagerten Systemen (Finanzbuchhaltung, Lohn- und Gehaltsabrechnung ...)
- ★ Anbindung an Onlinebuchungs-Tools
- ★ länderspezifische Versionen für internationale Lösung
- ★ dauerhaftes Senken der Prozesskosten um bis zu 50 %

Mehr Infos gibt Ihnen gerne der FCm-Key Account:

Simone Anton: DW 104, simone.anton@at.fcm.travel

FCm TRAVEL SOLUTIONS COLUMBUS Business Travel GmbH
Dr. Karl Lueger Ring 8, 1010 Wien
T > +43 1 534 11-0
www.at.fcm.travel

Auch bei Geschäftsreise-Leistungen kommt's auf die richtigen Partner an

FCm-Kunden in Österreich profitieren von wertvollen Synergien, besten Einkaufs-Konditionen und einem umfassenden Leistungsspektrum. Gewährleistet durch die exklusive Anbindung an die COLUMBUS-Gruppe sowie strategische Partnerschaften für Reisekosten-Abrechnung, Reiseversicherung, Airport-Service u.v.m.

Reden Sie mit uns. Rechnen Sie mit uns. Wir beraten Sie gerne.

Our People. Your Guarantee.



COLUMBUS Business Travel GmbH
Dr. Karl Lueger Ring 8, 1010 Wien
T > +43 1 534 11-0, office@at.fcm.travel



Tipp: FCm-Partnerwahl checken auf www.at.fcm.travel



Green Meetings

Tagen im Einklang mit Mensch und Natur



Bei Meetings spielt Nachhaltigkeit vermehrt eine tragende Rolle

„Dieser Trend zu Green Meetings ist einfach da.“ Dr. Peter Zimmer bewertet als Auditor Veranstaltungszentren. Er vertritt in Europa das weltweite Tourismus-Zertifizierungssystem Green Globe, das gemeinsam mit dem Europäischen Verband der Veranstaltungszentren ein Gütesiegel zum Thema Nachhaltigkeit für Veranstaltungshäuser etabliert hat. Die Nachfrage nimmt ständig zu. „In den großen Konzernzentralen gehört es mittlerweile zum guten Ton, Nachhaltigkeitszertifikate einzufordern. Veranstalter müssen auf so etwas einfach reagieren, und das wirkt sich auf die gesamte Leistungskette aus.“

Kein Wunder, dass die Leitmesse der Veranstaltungsbranche das Thema auf die große Bühne heben. Die access in Wien strebt für 2011 erneut die Auszeichnung mit dem Österreichischen Umweltzeichen für Green Meetings an. Die IMEX in Frankfurt informiert in Partnerschaft mit dem Green Meeting Industry Council (GMIC) die Industrie über bestmögliche Umwelt- und Corporate Social Responsibility-Maßnahmen und geht mit gutem Beispiel voran. Im März trafen sich in Mainz Vertreter aus Politik, Praxis, Wissenschaft und Technik zur ersten internationalen Konferenz „Organisation umweltgerechter Veranstaltungen“.

Ein Zusammenspiel der Kräfte

Wärme-Isolierung, Entsorgungsmanagement und Effizienzsteigerungen im Wasser- und Energiebereich: Im eigenen Umfeld kann viel für einen

schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen getan werden. Komplexer wird es bei der Kooperation mit der Leistungskette. Um attraktive Alternativen zur Anreise mit dem Flugzeug zu schaffen, muss nicht nur der öffentliche Fernverkehr eingebunden werden, auch die Mobilität vor Ort muss gewährleistet sein. Wer dennoch fliegt, sollte auf die Möglichkeit hingewiesen werden, die entstandenen Treibhausgase zu kompensieren.

Kommunikation ist wichtig, und dies gilt besonders für die Zusammenarbeit mit den Zulieferern. Caterer, Messebauer, Unterkunftsbetriebe und Gastwirte, sie alle sind wichtige Bestandteile eines glaubwürdigen grünen Gesamtpakets. „Wir haben es hier – zum Glück – mit Menschen zu tun. Und auch Fehler sind menschlich“, schmunzelt Georg Hechenblaikner. Der Geschäftsführer des Congress Centrum Alpbach erinnert sich an einen Wirt, der auf der Green Meeting-Tageskarte Garnelen angeboten hatte. Leicht deplatzierte Kost in einem Tiroler Bergdorf mit Fokus auf regionaler Kulinarik. „Solche Vorfälle sind selten, aber sie bieten auch Gelegenheit, miteinander über Sinn und Ziel eines grünen Veranstaltungsortes zu diskutieren. Wir kommen schnell auf einen gemeinsamen Nenner und im Zweifelsfall verschwinden eher die Garnelen von der Karte als die Green Meetings-Überschrift.“

Mehr als Umweltschutz

Damit nicht genug: Veranstaltungen sollen zudem einen möglichst

großen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung leisten und auch sozial verträglich sein. Die Anforderungen des Österreichischen Umweltzeichens für Green Meetings sind hoch. Für die Region typische und charakteristische Speisen sind ebenso gerne gesehen wie ein Rahmenprogramm, das regionale Kultur- und Naturangebote beinhaltet. Weiters sollen Green Meetings auch sozialen und kulturellen Initiativen eine Plattform zur Präsentation bieten. Man muss faire Arbeitsbedingungen gewährleisten, die Webseite muss barrierefrei gestaltet werden, und auch Kinderbetreuung sollte selbstverständlich sein.

Im Gegensatz zum Green Globe verleiht das Lebensministerium das renommierte Gütesiegel nicht für die Infrastruktur, sondern zertifiziert einzelne Veranstaltungen. Zu den Lizenznehmern zählen Schwergewichte wie das Austrian Convention Bureau, Austropa Interconvention, Congress Salzburg, Congress Messe Innsbruck und das Bregenzer Festspielhaus.

Eine Rechenaufgabe

„Von der Größenordnung der Einsparungen waren wir selbst überrascht.“, sagt Annette Clement, Umweltbeauftragte der Musik- und Kongresshalle Lübeck (MuK). Über 100.000 EUR hat die MuK durch Anpassungen im Energiebereich u.a. durch die Installation einer Gebäudeleittechnik bereits eingespart. Und damit die Investitionskosten innerhalb eines Jahres wieder amortisiert. Aber

nicht nur im Technikbereich kann man sparen. „Ein wesentlicher Bestandteil war ein Maßnahmenplan für unser Personal. Wir alle gehen heute anders mit den Ressourcen um. Geräte im Standby-Betrieb, offene Fenster in geheizten Räumen und Dauerbeleuchtung sucht man in der MuK vergeblich“, so Clement.

Nicht immer kann man den Gewinn in Zahlen festmachen. Als im Tiroler Bergdorf Alpbach das Kongresszentrum in den Berg integriert wurde, legte man großen Wert auf gute Isolierung. Zum Heizen installierte man einen damals modernen Brennwert-Heizkessel. Obwohl nur sehr geringe Heizkosten anfielen, entschied man sich in Alpbach kürzlich für eine neue Pellett-Heizung. „Wirtschaftlich wird sich diese Investition wohl nie rentieren, aber eine Ölheizung passt heute nicht mehr in unser Konzept“, erklärt Hechenblaikner die Entscheidung. Der Kunde ist König, und ein Vertrauensverlust käme wohl teurer als eine High-Tech-Heizung.

Stillstand - unmöglich

Auch in den Gütesiegeln wird berücksichtigt, dass manche Aspekte selbstverständlich werden und andere an Bedeutung gewinnen. Zweimal im Jahr überprüft ein Expertenteam den Green Globe-Kriterienkatalog und nimmt Feineinstellungen vor. So ist ein Schritthalten mit neuen Entwicklungen und Möglichkeiten gewährleistet. „Über Nichtraucherschutz muss man heute vielerorts kein Wort mehr verlieren“, analysiert Zimmer. „Anders sieht es beim Klimaschutz aus. Hin-

sichtlich CO₂-Fußabdruck messen wir heute 14 Kriterien ab, vor einigen Jahren waren es gerade einmal drei.“ Auf seinen einmal verdienten Lorbeeren darf sich in einem dynamischen Umfeld niemand ausruhen. Die Kunden werden immer sensibler, die Technik macht rasante Fortschritte und das muss ein gutes Gütesiegel widerspiegeln. „Glaubhafte Zertifikate müssen Performance-orientiert sein“, ist sich Zimmer sicher.

Virtuelle Delegierte

Heute gilt es als fortschrittlich, im Anschluss an eine Konferenz die Präsentationen auf einer Webseite zur Verfügung zu stellen. Dem steht die Tatsache gegenüber, dass schon während der Veranstaltung die meisten Teilnehmer mit Smartphones online sind. Direktübertragungen, in Echtzeit verfügbare Präsentationen und interaktive Teilnahme mittels Twitter und Live-Chats werden an Bedeutung gewinnen. Damit lässt sich der Teilnehmerkreis von Veran-

staltungen ausweiten, ohne große Kapazitätsanpassungen vorzunehmen. „E-Conferencing ist ein Marketinginstrument, das neue Kundengruppen erschließt, und auch über Grenzen hinweg zum Imagegewinn von Events beiträgt. Wer sich online von der Qualität einer Veranstaltung überzeugt hat, und feststellt, dass zur Vertiefung der Inhalte auch die Netzwerkpflege vor Ort von großer Bedeutung ist, der wird über kurz oder lang auch persönlich vorbeischaun“, sagt Hechenblaikner voraus *Marcus Bauer* ❖



Zur Person

Marcus Bauer hat an der Universität Worms Touristik und Verkehrswesen und an der Eberswalde Universität Nachhaltiges Tourismusmanagement studiert. Nach seinem Abschluss arbeitete er bei Help Tourism in Indien und respect - Institut für integrativen Tourismus in Wien. Bauer schreibt für plantea.com, ein globales Journal für praktischen Ökotourismus und ist Trainer bei ECPAT Österreich.

Slowenien

Vorreiter in Grün

Auch im südlichen Nachbarland Slowenien sind „Green Meetings“ ein präsent Thema. Das Slovenian Convention Bureau hat kürzlich ein Manual herausgegeben, mit Leitlinien, wie man umweltfreundliche Meetings gestaltet.

„The Road to Green Meetings“ heißt das neue Manual des Slovenian Convention Bureau, das einen Leitfaden beinhaltet, wie man grüne Meetings plant, organisiert, implementiert und evaluiert. Der nachhaltige Gedanke beginnt bereits bei der Wahl der Location, der Unterkunft, des Caterers und Transports sowie des IT-Dienstleisters. Auch die Kommunikation bzw. Ausstellungsmöglichkeiten sollten geprüft werden. „Das Manual offeriert

Veranstaltungsprofis ein einfaches Werkzeug, um nachhaltige Praxis in ihr Eventmanagement zu integrieren“, erklärt Miha Kovačič, Direktor des Slovenian Convention Bureaus, den Gedanken. Es sei auch eine Einladung an alle Veranstaltungsplaner, diesen Leitlinien zu folgen und der „grünen Welle“ der Slowenischen Meetingsindustrie zu folgen.“ Das Manual ist auf www.sgm.slovenia-green-meetings.si in englischer Sprache abrufbar. ❖

kurz notiert

Beispielgebend: Congress Centrum Alpbach

Als erstes Kongresshaus in Österreich erhielt das Congress Centrum Alpbach die internationale Green Globe-Zertifizierung sowie gemeinsam mit dem Europäischen Forum Alpbach das Österreichische Umweltzeichen für Green Meetings. Am Alpbacher Holzbaustil lässt sich ablesen, dass hier bereits seit Jahrzehnten auf eine nachhaltige Entwicklung Wert gelegt wird.

Salzburgs grüne Kongresszukunft

Per 1. April 2011 wurde Salzburg Congress mit dem „Umweltzeichen UZ 62“ zertifiziert. Eine ausgebildete „Green Meetings“-Beauftragte überwacht die Einhaltung der Kriterien aus den Bereichen umweltverträgliche Anreise der Teilnehmer, Mobilität vor Ort und CO₂-Reduktion, umweltfreundliche Unterkünfte, Catering, Material- und Abfallmanagement und berät Veranstalter bei der Umsetzung.

Austrian 
We fly for your smile.

Sightflying.

Mit dem **redticket** sind Drinks, Snacks, Meilen und Gepäck inklusive.



JUNGV.MATT/Donau

– Gerhard Aigner / Verkehrsbüro Business Travel & Peter A. Tolinger / AX Travel Management GmbH –

Zwei Marken, ein Land, ein Konzern

Foto: Mira Jeschke



Peter A. Tolinger / AX Travel Management GmbH und Gerhard Aigner / Verkehrsbüro Business Travel im Interview (v.l.)

tma: Seit Juni findet sich die American Express Reisebüro GmbH unter dem Dach der Verkehrsbüro Group – was hat sich seitdem getan?

Tolinger: Die American Express Reisebüro GmbH hat ihren Namen geändert und heißt jetzt AX Travel Management. Telefonnummern und E-Mailadressen sind neu, wie auch das gemeinsame Büro mit Verkehrsbüro Business Travel in der neuen Konzernzentrale in der Lassallestraße. Davon abgesehen führen wir viele Gespräche, intern und extern, die die Möglichkeiten durch diese neue Konstellation deutlich machen. Eine Konstellation, die heißt: zwei Marken, ein Land, ein Konzern.

Aigner: Den neuen Namen AX Travel Management haben wir vor zwei Wochen den Kunden mitgeteilt und ihnen die Vorteile und Verbesserungen aufgezeigt. Darunter eine lokale Rufnummer für Emergency Travel Services. Wir setzen auf Kontinuität, der neue Name beeinflusst natürlich nicht unser globales Leistungsspektrum.

Peter A. Tolinger: „In Wahrheit ist durch diese Kooperation der erste echte Vollsortimenter in Österreich entstanden.“

Stichwort: Vorteile. Welche ergeben sich aus dieser Partnerschaft?

Tolinger: Lassen Sie mich ein Beispiel geben: Wenn Sie sich als globales Unternehmen für American Express entschieden haben, auch in Österreich mit American Express zusammenarbeiten, dann waren Sie in der Vergangenheit auf zwei Standorte festgelegt, Linz und Wien. In Zukunft wird es so sein, dass auch eine Betreuung an anderen Standorten der Verkehrsbürogruppe möglich ist.

Aigner: Beim Verkehrsbüro geht es um die Ergänzung der Stärken. Es gab natürlich auch Schwachpunkte, etwa die fehlende internationale Anbindung oder der Österreichbezug bei Technologien, Neuerungen und Produkten, die sich im Business Travel sehr rasch entwickeln. Wir konnten Kunden, die international agieren und ihr Head Office in Österreich haben, nur eingeschränkt servizieren. In Zukunft können wir das.

Tolinger: In Wahrheit ist durch diese Kooperation der erste echte Vollsortimenter in Österreich entstanden.

Warum hat man sich von AX-Seite für das Verkehrsbüro als Partner entschieden?

Tolinger: Es gab bewusste Bemühungen, den Marktführer in Österreich für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. Diese Bemühungen decken sich mit einer internationalen Strategie, die darauf abzielt, dem Kunden auch auf lokaler Ebene möglichst viele Vorteile zu bieten. Wenn man das berücksichtigt, ist Verkehrsbüro Business Travel der logische Partner.

Aigner: Auf Seite der Verkehrsbüro Group war es genau dieselbe Ausgangslage. Es musste eine internationale Lösung gefunden werden. Wir waren allerdings nicht unter Zeitdruck. Es handelt sich hierbei nicht um einen Schnellschuss oder einen Sanierungsfall. Wir haben uns die entsprechende Zeit genommen, diesen Schritt sorgfältig vorzubereiten – speziell auch im Interesse der Bestandskunden auf beiden Seiten.

Gerhard Aigner: „Es musste eine internationale Lösung gefunden werden. Wir waren allerdings nicht unter Zeitdruck.“

Wie viele Personen sind von dieser neuen Kooperation intern betroffen?

Aigner: Wir haben im gesamten Bereich Business Touristik rund 180 Mitarbeiter. Dieser umfasst die Bereiche Austropro Interconvention, Verkehrsbüro Business Travel und AX Travel Management. Und vielleicht gleich, um eine Frage vorwegzunehmen, die wir nicht beantworten wollen – das ist der Marktanteil. *(lacht)*

Dann fragen wir gleich einmal nach.

Aigner: Es ist nicht entscheidend, welchen Marktanteil wir haben. Da spreche ich ganz konkret ein paar Mitbewerber an, die gerne ein Ranking machen – ich will die Nummer 2, die Nummer 3 sein ... Mit einem Ranking hat noch keiner Geld verdient. Was entscheidend ist, ist dass wir mit dem Volumen und der Größe, die wir haben, mit der Diversifizierung und der Flächendeckung, Vorteile für den Kunden bieten, die in dieser Form niemand leisten kann.

Das heißt konkret?

Aigner: Ein Beispiel: Wir können in dieser neuen Konstellation in etwa 1.000 BSP-Transaktionen pro Tag abhandeln und damit Erfahrungen sammeln,

American Express heißt AX Travel Management. Verkehrsbüro Business Travel verstärkt sein Netzwerk. Fliegen wird teurer. Rund zwei Monate nach der Übernahme der American Express Reisebüro GmbH durch die Verkehrsbüro Group standen die Geschäftsführer Peter A. Tolinger und Gerhard Aigner dem **tma** in den neuen Büroräumen in der Lassallestraße in Wien Rede und Antwort.

die anderen Kunden wieder zur Verfügung stehen. Es gibt immer Dinge, die passieren – Airlines laden Tarife falsch, Reservierungssysteme bepreisen falsch, etc. – aber mit unserem Volumen und unserer Erfahrung finden wir den Fehler. Dieser Fehler passiert nur einmal, weil wir ihn bei allen anderen Kunden bereits ausgemerzt haben.

Tolinger: Hier muss ich sagen, es gibt doch einen Marktführerschaftsanspruch, den wir erheben. Nämlich in Punkto Qualität.

Ergänzung statt Konkurrenz

Die beiden Marken sollen dabei erhalten bleiben?

Tolinger: Ja. Um darzustellen, dass man als Kunde auch im Bereich Business Travel unterschiedliche Ansätze haben kann. Es gibt ganz klare Vorteile der einen und der anderen Marke. Für beide Seiten wird allerdings gelten, dass über diese Ehe auch das Verkehrsbüro Zugriff auf das Warenlager und den Werkzeugkasten der AX-Welt erhält.

Wird man künftig Konkurrenz „spielen“?

Aigner: Nein, nicht Konkurrenz, sondern Ergänzung. Wenn Sie von uns erwarten, dass wir uns gegenseitig unterbieten, dann kann ich Ihnen versprechen, das ist nicht das Konzept.

Tolinger: Das Konzept ist, dass ich als Kunde bewusst den einen oder anderen Einstieg wähle, ich suche lokale Lösungen und Flexibilität oder ich suche globale Lösungen. Ausgehend davon wird es mir ermöglicht, auf eine Vielzahl an Service- und Beratungsleistungen zuzugreifen, die dem gesamten Konzern zur Verfügung stehen.

Wie sieht das von Vertriebsseite aus, wann startet das Verkehrsbüro-AX-Team?

Tolinger: Es ist schon unter uns – Sie müssen in jedem Mitarbeiter einen Verkäufer sehen. *(lacht)* Es wird natürlich Spezialisten in der jeweiligen Fachwelt geben.

Aigner: Das Wichtigste bei einem Neukunden ist es, den Bedarf zu erheben. Was will er denn überhaupt haben? Unsere Aufgabe ist, sehr intensiv zuzuhören, um dann aus den Bausteinen die entsprechenden Produkte zusammenzustellen. Das Schöne dabei ist, dass wir bei der Servicepalette keine Einschränkungen haben. Mir fällt nichts ein, was wir nicht abde-

cken können. Es ist für uns aber dann nicht relevant, ob der Kunde eine blaue oder eine grüne Rechnung bekommt – wichtig ist, dass wir den Bedarf abdecken. Das werden wir können.

Gerhard Aigner: „Unsere Aufgabe ist, sehr intensiv zuzuhören, um dann aus den Bausteinen die entsprechenden Produkte zusammenzustellen.“

Was sind die künftigen Herausforderungen, denen man sich gemeinsam stellt?

Tolinger: Die Entwicklungen, die sich international abzeichnen, für Österreich so aufzuarbeiten, dass wir Lösungen haben, die unseren Kunden ermöglichen, erfolgreiches Travel Management umzusetzen. Auf American Express-Seite haben wir den Namen geschärft – aus American Business Travel wird AX Travel Management. Der Name ist Programm.

Aigner: Es geht um marktgegebene Herausforderungen und da primär um die Hauptleistungsträger. Das sind die Fluglinien mit all den lustigen Dingen, die es da gibt. Unsere Aufgabe ist es, die Dinge für den Kunden so aufzubereiten, dass er daraus keinen Nachteil zieht, wir ihn entsprechend beraten und ihm Lösungen zur Verfügung stellen.

Fliegen wird teurer

Die lustigen Dinge der Fluglinien. Zum Beispiel Ancillary Fees?

Aigner: Woran es da im Moment scheitert, ist, dass die Fluglinien noch immer nicht in der Lage sind, die versprochenen Leistungen wirklich auf den Boden oder in die Luft zu bringen. Die Ideen sind ja da, aber sicherzustellen, dass eine Fastlane auch eingehalten wird, ein bestimmter Sitzplatz auch zur Verfügung steht, ein leerer Sitzplatz auch leer ist, da sind die Herrschaften noch nicht wirklich weit. Ein Hauptkritikpunkt von Seiten der Reisebüros und Firmen ist, dass sich keiner Gedanken macht, welche Konsequenzen das im Travel Management hat. Da geht es um Travel Policies – was ist mein Gepäck für die Dienstreise? Was ist mit dem zusätzlichen Koffer? Wenn mir den die Firma bezahlt, ist das ein mehrwerter Vorteil, ja? Nein? Welche steuerliche Betrachtung kommt dazu? Wie ist das mit privat zugekauften Leistungen? Wie wird das dargestellt, wie wird das abgerechnet? Die Diskussion, die derzeit dazu geführt wird, ist eine wichtige, um Bewusstsein zu schaffen. Wir können von unserer Seite nur eines machen: uns entsprechend darauf vorbereiten.

Tolinger: In dieser neuen Konstellation ist es so, dass wir die Ohren auch jenseits des Atlantiks haben, Dinge über das Netzwerk erfahren, die in Europa noch Neuland sind. Bei allem Verständnis für neu abzurechnende Leistungen muss sichergestellt sein, dass es Transparenz gibt und dass letztlich die Suppe nicht mehr kostet als das Fleisch.

Aigner: Ich sehe da durchaus Chancen, dass man unter Umständen auch Geld spart. Es wird Leistungen

geben, die für ein gewisses Kundensegment interessant sind, für den Geschäftsreisenden aber nicht.

Was hört man aus Übersee zu diesem Thema?

Tolinger: Es gibt wieder Tendenzen zu einer gesamtgesellschaftlichen Betrachtung zurückzufinden. Dinge müssen sich entwickeln, aber es zeichnet sich ab, dass es Bestrebungen in diese Richtung gibt.

Noch ein Fluglinienthema: die Kreditkartengebühren der Lufthansa, die seit 5. September in einigen Märkten an den Kunden weitergegeben werden. Wird sich das auf Österreich auswirken?

Aigner: Ja. Soweit wir das verstanden haben, betrifft es in Österreich ausgestellte Tickets mit Abflug aus diesen Märkten. Wenn ich da an den Westen mit Abflug in München denke, kommt das. In Wahrheit ist es eine sehr komplexe, weit reichende Preiserhöhung. Genauso wie die Luftverkehrsabgabe und die Treibstoffpreiserhöhung. Dass man sie so komplex gestaltet, ist nicht transparent für den Kunden, aber es ist eine Tatsache, die man zur Kenntnis nehmen muss.

Wird Fliegen generell immer teurer?

Tolinger: Mein Gefühl sagt, dass die Entwicklung nach oben die nächsten Jahre anhalten wird. Man darf aber nicht vergessen, woher wir kommen: Es ist eine Entwicklung „back to the roots“. Die Anzahl der Reisen wird in Zukunft trotzdem steigen. In Europa lässt es sich nicht ganz so gut einschätzen, aber global wird es einen weiteren Schub geben. Asien boomt, auch Südamerika. Fakt ist, dass Europa so günstig wie nie angeboten wird. Die Langstrecke hat wieder zu einem Preisniveau zurückgefunden. Wo es zu einer natürlichen Grenze kommen wird, speziell im Geschäftsreisensektor, ist aus heutiger Sicht nicht abzusehen.

Aigner: Letztendlich ist der Preis immer ein Spiegelbild dessen, was der Kunde bereit ist, abzugeben. Solange es den Bedarf gibt, wird es Airlines geben, die diesen abdecken. Die Frage ist, in welcher Form, in welcher Qualität und zu welchem Preis. Dass hier die Talsohle bereits durchschritten ist und es nach oben zeigt, ist eine logische Konsequenz, wenn man sich die einzelnen Preisstrukturen anschaut.

Sicher und mobil

Wie sieht es mit dem Thema Sicherheit bzw. Traveller Tracking bei AX und Verkehrsbüro aus?

Tolinger: Es gibt spezialisierte Tools von AX, Trackpoint zum Beispiel, und Kooperationen mit Drittfirmen, wenn es um Assistenzleistungen geht. Aber ich würde sagen, dass das Thema nicht beim Auffinden des Reisenden, sondern bei der Information beginnt. Auch hier gibt es AX-Werkzeuge.

Aigner: Worauf wir uns in den letzten Jahren konzentriert haben, war der Aufbau einer Emergency-Situation. Also weniger die technische Lösung. Weil mit einer Buchung herauszufinden, wo der Passagier ist, das kann man aus den Systemen herausholen.

Für uns war es wichtig, möglichst rasch, möglichst zeitnah zu informieren, zur Verfügung zu stehen. Für Kunden und Mitarbeiter. Gleich ob es um eine Aschewolke oder einen drohenden Streik der Fluglotsen in Deutschland geht. Diese Möglichkeit haben wir über unsere Website geschaffen.

Tolinger: Neben dem lokalen Fangnetz des Verkehrsbüros gibt es von AX für Krisensituationen eine internationale Organisation. Das Emergency Travel Service sitzt für unsere Region in Barcelona.

Peter A. Tolinger: „Sich der Illusion hinzugeben, dass man anonym durch die Weltgeschichte reist, wäre fast naiv.“

Betrachtet man das Thema aus Mitarbeiterseite – inwiefern wird man zum gläsernen Menschen?

Tolinger: Als Reisender muss man sich daran gewöhnen, dass Bewegungen erfassbar sind. Das beginnt beim Mobiltelefon, wo Sie die Lokalisierung Ihres Geräts ein- oder ausschalten. Das geht über die Weitergabe von passagierbezogenen Daten bis zu Computersystemen, die weltweit vernetzt sind. Sich hier einer Illusion hinzugeben, dass man anonym durch die Weltgeschichte reist, wäre fast naiv.

Aigner: Weiß der Mitarbeiter eigentlich auch, dass das Unternehmen, das ihn auf Reisen schickt, eine Verpflichtung hat, Fürsorge zu tragen? Das ist ein Thema, das immer nur dann auftaucht, wenn irgendetwas passiert. Das kann Unternehmen, vor allem kleineren Unternehmen, großen Schaden bringen. Wir überlegen mit Versicherungsdienstleistern integrierte Lösungen.

Sie haben es schon angesprochen: das Mobiltelefon, mobile Services. Welche Rolle spielen sie in Zukunft für den Geschäftsreisenden?

Tolinger: Sowohl Apps als auch Communities, der Austausch reisender Mitarbeiter, werden künftig unsere Tätigkeit begleiten und die Reiseabläufe mitbestimmen. Gäbe es Apps nicht, dann müsste man sie erfinden. AX hat hier schon einiges vorgestellt und wird noch mehr bringen.

Aigner: Man muss unterscheiden zwischen „need to have“ und „nice to have“. Es gibt Dinge, die wahnsinnig sinnvoll sind, Sicherheit bieten und Effizienz fördern. Und es gibt sehr viele Dinge, die Spielerei sind, die man aber gut verwenden kann, wenn einem langweilig ist. Auch das passiert auf einer Dienstreise. Die Herausforderung für Reisebüros und Geschäftsreiseanbieter wird sein, die nützlichen Dinge entsprechend zu platzieren. Es gibt heute kaum noch jemanden, der nicht seine E-Mails am Handy hat. 24 Stunden täglich, sieben Tage in der Woche. Auch im Urlaub. Das ist auf der einen Seite ein Fluch, auf der anderen ein Segen. Auf jeden Fall ist es ein Standard, den man einfach nicht mehr wegdenken kann.

Das Gespräch führten Maria Schoiswohl und Mira Jeschke



**AB 07. SEPTEMBER 2011 FLIEGT BRUSSELS AIRLINES
2 X WÖCHENTLICH VIA BRÜSSEL NACH BAMAKO IN MALI.**

brusselsairlines.com



brussels airlines

Finnair

Der Apple unter den Airlines

Foto: Maria Scholtschki



Ist Finnair der Apple unter den Airlines, so ist Mika Vehviläinen wohl der Steve Jobs unter den CEOs. Optisch stimmt's nicht ganz, dafür aber hinsichtlich zukunftsweisender Visionen

„Wir wollen die begehrteste Boutique-Airline in Europa und Asien sein.“ Ein hoher Anspruch, den Finnair-CEO Mika Vehviläinen an sich und seine Fluglinie stellt. Mitte September präsentierte er mit seinem Team den ambitionierten Plan: eine Steigerung der Servicequalität mittels „Peace-of-mind“-Konzept, ein neuer visueller Auftritt, eine Verdoppelung der asiatischen Destinationen von derzeit 74 auf 140, ein engeres Zubringernetzwerk in Europa. Die optische Umstellung soll bis Anfang 2013 komplett umgesetzt sein, der Ausbau der Destinationen bis 2020.

„Reisen ist ein sehr emotionales Produkt. Je weiter man reist, desto emotionaler wird es. Deshalb macht vor allem der Kundenservice einen Unterschied“, so Vehviläinen. Das so genannte „Peace of Mind“-Konzept soll dem Passagier ein rundum vollkommenes Reiseer-

lebnis bieten. Die Finnair-Flugbegleiter wurden dafür mit der „Licence to Act“ ausgestattet. „Das Flugzeug setzt zur Landung an und der Passagier wird gebeten, sein iPad auszuschalten. Er ist irritiert, will sein Sudoku-Rätsel lösen. Anstatt den Passagier zu bitten, das iPad endlich abzuschalten, löst der Flugbegleiter das Rätsel mit ihm gemeinsam“, gibt Kati Lehesmaa, Vizepräsidentin Kundenservice und Service-Design, ein Beispiel. Die Crew soll also wieder selbstständig denken und handeln dürfen, im Rahmen der Flugvorschriften natürlich. Gleichzeitig gab es diesen Sommer am Flughafen Helsinki die so genannten Service-Angels. Zwölf Menschen, die bereit stehen, wenn der Passagier verzweifelt sein Gate sucht oder Windeln für das Kind. „Nachdem unser Airport-Code HEL ist, wollten wir sie zuerst Hells Angels nennen“, lacht Lehesmaa. Das neue

Servicekonzept kreierten an die 1.300 der rund 7.000 Finnair-Mitarbeiter. In Workshops werden alle geschult und tauschen Erfahrungen aus. Auch das Top-Management durchläuft das Programm und eröffnet die Workshops. Neben dem Service-Design gibt es einen neuen Look. Das Logo, die Uniformen in Kirschblütenweiß und Dunkelblau, im Look der Sechziger, designt von Ritva-Liisa Pohjalainen. Demnächst sollen die Flugzeuge in frischem Design erstrahlen. Insider handeln das finnische Designerlabel Marimekko als potenziellen Ausstattungspartner. „Als Boutique-Airline werden wir einzigartig sein. Konkurrenz? Am ehesten Virgin Atlantic“, sagt Jarkko Kontinen, Vizepräsident Globale Marken- und Marketingkommunikation. Insgesamt lässt sich die Airline den umfassenden Facelift 10 Mio. EUR kosten. Finanziell geht die Tendenz in die richtige Richtung: Finnair hat innerhalb eines Jahres ihr EBIT von minus 171 Mio. EUR (2009) auf minus 5 Mio. EUR (2010) und seinen Umsatz von 1,838 Mio. EUR (2009) auf 2,023 Mio. EUR (2010) verbessert.

Fokus auf Asien

Der Erfolg ist unter anderem auf Mika Vehviläinen zurückzuführen, vormals COO von Nokia Siemens Systems, und seit 2010 bei der Fluglinie. Er weiß, wo das künftige Fluggeschäft seiner Airline liegt: „65% unserer Einnahmen stammen aus dem Asiengeschäft.“ In den letzten zwei Jahren hätten sich die Passagierzahlen aus Asien jährlich verdoppelt, heuer beträgt der Anteil der asiatischen Geschäftsreisenden 26%. Der Verkehr aus Asien sei der größte Wachstumsmarkt der Flugbranche, die, laut Vehviläinen, auch künftig eine Wachstumsbranche sei. „In den nächsten 15 Jahren werden sich die Passagierzahlen weltweit verdoppeln.“

Derzeit flögen 30 Mio. Menschen aus Asien in europäische Märkte, die Finnair bedient. 15 Mio. davon im Direktflug. „Das ist nicht unsere Konkurrenz. Es geht um die anderen 15 Millionen, die umsteigen müssen. Das ist unsere Zielgruppe“, sagt Vehviläinen.

Seit fast 20 Jahren pflegt die Airline ein enges Verhältnis nach Asien, schon 1983 operierte sie einen Non-Stop-Flug nach Tokio, als erste Fluglinie Europas. Seitdem baut sie ihr Streckennetz kontinuierlich aus – erst diesen Mai wurde ein Direktflug nach Singapur eröffnet, abermals eine Europapremiere. Der Vorteil fürs Asiengeschäft liegt in der geografischen Lage des Heimat-Hubs Helsinki, der seit Ende 2009 über eine neue Lounge mit Spa verfügt: Rund zehn Stunden dauert ein Flug in (fast) jede Destination in Asien. Doch um mit vollen Maschinen nach Asien zu fliegen, braucht es ein gutes Zubringernetzwerk. Eine Schwäche der Finnair, die derzeit ein 140 Mio. EUR schweres Sparprogramm fährt, primär für das Kurzstreckenprogramm. Als Kompensation wurde diesen Sommer mit der britischen Regionalfluglinie Flybe das Joint Venture Flybe Nordic gegründet, mit dem Ziel, einen „Champion“ in Nordeuropa zu etablieren, dessen Streckennetz neben Finnland auch Schweden, Dänemark, Estland und Lettland umfassen soll. „Finnland hat fünf Millionen Einwohner und die meisten fliegen gar nicht. Blickt man auf das Baltikum und Skandinavien, dann haben wir plötzlich einen Heimatmarkt von 30 Millionen Menschen“, sagt Vehviläinen. Durch Partnerschaften wachse man, so seine Ansicht. Mit Air Berlin hat die Oneworld-Airline, deren größte Europakonkurrenz Lufthansa und Air France-KLM bilden, seit knapp einem Jahr ein Codeshare-Abkommen. **SAM** ♦

hin und zurück
ab **85** EUR

LOT
POLISH AIRLINES
A STAR ALLIANCE MEMBER

„Fliegen Sie nach Polen“
mit LOT - Polish Airlines* ab EUR 85
inkl. Steuern.

Die Ticket Service Charge ist nicht inkludiert. Der Tarif unterliegt besonderen Anwendungsbestimmungen. Preis ab Wien vorbehaltlich Verfügbarkeit. lot.com

Air Berlin will Flotte ausdünnen

Der Vorstand der Air Berlin hat unter dem Namen „Shape & Size“ ein Programm zur Steigerung der Effizienz und der Produktivität des Unternehmens gestartet. Kern des im August angekündigten Programms ist die Verbesserung der Prozesse und die Optimierung der gesamten Unternehmensorganisation. In mehr als 30 eingesetzten Arbeitsgruppen sollen Führungskräfte unter Leitung des Vorstands Potenziale identifizieren, die Profitabilität und Wettbewerbsfähigkeit herstellen bzw. sichern.

Schwerpunkte liegen in der Ablauforganisation, auf dem Vertrieb, der Kostenreduktion, der Streckenführung und der Maintenance. Ein maßgeblicher Beitrag soll durch Optimierung der Netz- und Flottenstruktur erreicht werden. Air Berlin plant, die Flotte von derzeit 170 Flugzeugen auf 152 im Sommer 2012 zu reduzieren (-10%); die Flugleistung soll um 4% sinken und dadurch die Produktivität pro Flugzeug um gut 200 Stunden pro Jahr erhöht werden. „Shape & Size“ zielt auf eine Ergebnisverbesserung von 200 Mio. EUR.

IATA: weniger Gewinn 2012

Der Branchenverband IATA erwartet, dass Fluggesellschaften weltweit in diesem Jahr 6,9 Mrd. USD (5,06 Mrd. EUR) verdienen, deutlich mehr als die zuletzt angekündigten 4 Mrd. USD. Für 2012 zeichnet IATA-Generalsekretär Tony Tyler ein trüberes Bild: Ein nachlassendes Wirtschaftswachstum in den westlichen Volkswirtschaften dürfte den Gewinn der Branche auf 4,9 Mrd. USD einbrechen lassen. Den stärksten Rückgang sagt die IATA für 2012 den europäischen Fluggesellschaften voraus. Während

der Verband die Gewinnprognose für 2011 von 500 Mio. auf 1,4 Mrd. USD nach oben schraubte, erwartet er für das kommende Jahr nur noch einen Profit von 300 Mio. USD. Von einem leicht sinkenden Ölpreis könnten die Gesellschaften kaum profitieren, da sie ihre Einkaufspreise für Treibstoff vielfach abgesichert hätten. Heuer dürfte die überraschend starke Nachfrage nach Flugtickets den Airlines weltweit zugutekommen. Die hohen Treibstoffpreise machen der Branche hingegen weiter zu schaffen.

China Airlines im Skyteam

Als 15. Mitglied der SkyTeam-Allianz rund um Air France/KLM ist China Airlines, die „Leading Airline from Taiwan“ per 28. September dem Fluglinien-Verbund beigetreten. Damit umfasst die erweiterte Allianz 926 weltweite Destinationen mit täglich rund 14.000 Abflügen.

500 Lounges weltweit stehen rund 150 Mio. registrierten Mitgliedern zur Verfügung. China Airlines fliegt derzeit dreimal wöchentlich von Wien nonstop nach Taipeh und von dort mit kurzen Anschlusszeiten weiter nach Asien sowie Australien und Neuseeland.

kurz notiert

Slowakei: neue Airline

Mitte Dezember startet Slovakian Airlines mit Flügen ab Bratislava. Anfang November will die Fluglinie mit dem Verkauf von Flugtickets starten. Slovakian Airlines wolle keine Low-Cost-, sondern eine vollwertige Fluglinie sein, so Generaldirektor Miroslav Kaliciak. Die ersten regelmäßigen Flüge sollen nach England, Italien, Spanien und Russland gehen.

Virgin Atlantic Sondertarife ab Wien

Attraktive Sondertarife bietet Virgin Atlantic für Flüge in der Premium Economy Class ab Wien zu folgenden Zielen: New York und Boston um 650 EUR, Washington um 680 EUR,

Miami um 700 EUR und Johannesburg um 930 EUR; genannte Preise verstehen sich jeweils zuzüglich Taxen. Die Aktion gilt für Buchungen ab sofort bis zum 15. Oktober 2011.

LOT: Catering vom Starkoch

Fluggäste von LOT Polish Airlines genießen ab sofort in allen Klassen Snacks und Menüs des polnischen Starkochs Robert Sowa; bislang war dies nur Business Class-Passagieren vorbehalten. Mit dem neuen Catering-Konzept und Spezialitäten aus polnischer Küche will LOT anlässlich der EU-Ratspräsidentschaft Polens sowie der EURO2012 einen kulinarischen Vorgesmack an Bord auf das Reiseland Polen geben.



SKYTEAM

CHINA AIRLINES IST STOLZ DEM SKYTEAM BEIZUTRETEN. MIT EINEM GLOBALEM STRECKENNETZ UEBER ALLE KONTINENTE WIRD REISEN SO BEQUEM WIE NIE ZUVOR.

CHINA AIRLINES ist ein Mitglied der SkyTeam-Allianz. Die SkyTeam-Allianz ist eine globale Allianz von Fluggesellschaften, die gemeinsame Flugtickets & Lounges anbieten. Weitere Informationen über die SkyTeam-Allianz finden Sie unter www.skyteam.com

Caring more about you

CHINA AIRLINES

LET
GOOD
THINGS
HAPPEN

Mercure



BUSINESS PACK
AB
101€
FRÜHSTÜCK UND
INTERNET INKLUDIERT

Kostenfreie Stornierung
bis 18.00 Uhr am Anreisetag

Treuepunkte sammeln

12 x in Österreich

700 Hotels weltweit
mercure.com



hotel

tma 05 | 11

Accor

Dynamische Marken-Strategie

Accor konzentriert sich auf die Hotellerie und verfügt in drei Gebieten über anerkannte Erfahrungen: als Hotelbetreiber, als Franchisegeber und als Verwalter von Hotelaktiven. Eine neue Strategie mit den drei Economy-Marken Ibis, Ibis Styles und Ibis Budget öffnet ein neues Kapitel in der Unternehmensgeschichte.

Collage: Michael Demetler, Logos: Accor



Accor schärft seine Economy-Marken und führt Ibis Styles und Ibis Budget ein. Sie ersetzen All Seasons bzw. die Etap-Hotels

Mit einem breit angelegten Projekt wolle sich Accor als Hotelkonzern etablieren, der weltweit die Maßstäbe setzt und die Fähigkeit hat, Hotels der Zukunft zu „erfinden“, wie Denis Hennequin, Président-Directeur Général von Accor bei der Präsentation des Strategieplanes Mitte September erklärte. Die Identitätsmerkmale von Accor sollen gestärkt und die Marken neu positioniert werden. Dem Kunden wolle man so ein auf Modernität und Innovation ausgerichtetes Leistungsangebot sowie eine völlig neue Hotelenerfahrung bieten. Diese Ambitionen spiegeln sich in der neuen Signatur „Open New Frontiers in Hospitality“ wider. „Veränderung ist keine Option, sondern eine Notwendigkeit“, so Hennequin. Mit 1.500 Economy-Hotels auf vier Kontinenten (ohne Motel 6) sei Accor mehr denn je gefordert, seine Führungsposition, in diesem für Ergebnis und Wachstum des Konzerns weltweit überaus wichtigen Segment zu konsolidieren.

Push-Up im Economy-Bereich

Der erste Schritt des Projekts konzentriert sich auf den Economy-Bereich. Ausgangspunkt der Überlegungen von Accor im Bezug auf seine Eco-

nomy-Marken war die Beobachtung der sich ständig wandelnden Lebens- und Konsumgewohnheiten. „Die Verbrauchererwartungen haben sich zutiefst verändert. Die vertikale Segmentation in Economy- und High-End-Marken gehört der Vergangenheit an. Alle Marken müssen von nun an in der Lage sein, ihren Kunden ein aufwertendes Image zu vermitteln und ein modernes, zeitgemäßes Konzept mit attraktivem Design zu bieten“, sagte Hennequin. Accor habe daraus den Schluss gezogen, dass die Produkte und Leistungen der Economy-Hotellerie im Konzern neu überdacht werden müssen. Gehoben werden soll nun das Portfolio der Economy-Marken rund um die Marke Ibis, welche zukünftig den Status einer Mega-Marke mit drei Einzelmarken darstellt: Ibis bleibt weiterhin Ibis, All Seasons wird zu Ibis Styles und Etap Hotel zu Ibis Budget. Die Umsetzung der neuen Segmentierung, die weltweit Anfang 2013 abgeschlossen sein soll, soll es ermöglichen, die Verständlichkeit, Konsistenz und Schlagkraft der drei Economy-Marken zu verbessern und gleichzeitig die Bekanntheit und das Entwicklungspotenzial jeder einzelnen der drei Marken zu steigern. ❖

kurz notiert

Derag Livinghotel in München

Rechtzeitig zum Oktoberfest eröffnete das Derag Livinghotel Campo dei Fiori mit seinem Null-Energie-Konzept im Zentrum Münchens. Nahe dem Viktualienmarkt gelegen, bietet das Haus klassische Hotelzimmer für Kurzreisen und City Apartments für längere Aufenthalte zu Preisen ab 100 EUR pro Nacht.

Ramada in Wien offiziell eröffnet

Im 21. Wiener Gemeindebezirk wurde Anfang September das erste Ramada-Hotel mit einer großen Feier offiziell eröffnet. Das Haus verfügt über 106 Suiten und Apartments und punktet vor allem mit seiner guten Anbindung – das Hotel liegt nahe der U-Bahnstation Floridsdorf und nur fünf Gehminuten von der Alten Donau entfernt.

BCD Travel Austria

Wachstum bedingt Expansion

Das erfolgreiche Sales & Account Management Team rund um BCD-Manager Norbert Draskovits freut sich über die Zuwächse im laufenden Jahr; ein Ende des Wachstums sei derzeit nicht in Sicht. Bestärkt durch diese Entwicklung setzt BCD Austria einen weiteren Schritt in Richtung Expansion und eröffnete im September 2011 ein neues Büro in Graz.



Foto BCD

Das neue BCD Travel Sales & Account Management Team (v.l.): Patricia Perez, Martin Schramseis, Sabine Heider und Barbara Höttinger

„Die Nähe zu unseren Kunden ist unsere oberste Priorität. Im Zuge dessen haben wir das Sales & Account Management-Team dem Wachstum und den aktuellen Anforderungen angepasst“, erklärt Draskovits. Die Verantwortung für das Verkaufsteam in Graz trägt Martin Schramseis, Director Sales & Account Management. Die Neukundenakquisition sowie das gesamte Client Management für alle bestehenden BCD Travel-Kunden fallen in seinen Verantwortungsbereich. Schramseis bringt Kontakte und Kenntnisse über den gesamten österreichischen Geschäftsreisemarkt in das Team ein. Ihm zur Seite steht Patricia Perez, verantwortlich für sämtliche Implementierungen, sowohl für nationale als auch internationale Neukunden. Perez bringt langjährige Erfahrung in der Kundenbetreuung ins Team und bildet die Schnittstelle zwischen den Anforderungen der Kunden und der korrekten technischen Umsetzung moderner Travel Management-Standards, wie z.B. Zusatzdatenerfassung für die Verrechnung und das Reporting oder den BCD Travel Security-Manager. Für das Account Management sind Sabine Heider und Barbara Höttinger verantwortlich. Die beiden Damen sind die zentralen Ansprechpartnerinnen für alle Travel Management-Belange der Kunden. „Wir erstellen gemeinsam mit unseren Kunden einen Business-

plan, dessen Ziel die Optimierung des Geschäftsreisereiseeats des jeweiligen Unternehmens ist. Wir durchleuchten die gesamte Prozesskette. Zu Beginn steht die Prozesskostenanalyse, dann folgen der strategische Einkauf, die Reiseplanung und -buchung, die Reisekostenabrechnung und das Reisekostencontrolling. In einem kontinuierlichen Prozess werden die genannten Bereiche einer genauen Prüfung unterzogen und Lösungsvorschläge gemeinsam mit den verantwortlichen Travel Managern erarbeitet. Selbstverständlich kümmern wir uns auch um die Umsetzung der Verbesserungspotentiale innerhalb der definierten Zeitvorgaben“, so Draskovits.

Web 2.0.

Zusätzlich bietet BCD Travel neben Podcasts und mobilen Services, die den Reisenden am Zielort unterstützen, die Web 2.0-Anwendung Biztrails. Biztrails dient einer klaren Aufgabe: Geschäftsreisewissen zu bündeln und mit anderen zu teilen. Hier geben erfahrene Geschäftsreisende aktuelle Tipps für den nächsten Business-Trip. Biztrails bietet umfassende Informationen für über 300 Business-Destinationen. Über die Online-Community knüpfen Reisende Kontakte zu anderen Vielreisenden. Hotels, Airlines und Mietwagenfirmen werden von den Nutzern bewertet. **MS** ♦



Your Global Mission Xperts

Unsere Serviceleistungen begleiten Sie weltweit - von der Geschäftsreise zur erfolgreichen Mission.



Travel Manager im Gespräch: Stefan Dubach / UPC Austria

Qualität zählt

UPC Austrias Geschäftsreisevolumen beträgt jährlich rund 750.000 EUR. Die Mitarbeiter des Unternehmens, derzeit rund 1.000, sind national und international unterwegs – betreut wird UPC Austria seit über zehn Jahren von HRG Austria. Stefan Dubach, Bereichsleiter Finance & Accounting, hat das Travel Management der Firma über. Mit **tma** sprach er über die Branche.



Stefan Dubach, Bereichsleiter Finance & Accounting bei UPC Austria

tma: HRG ist seit über zehn Jahren Ihr Geschäftsreisebüro. Warum?

Stefan Dubach: Das stammt noch aus einer Zeit, bevor ich zu UPC kam. Damals hieß die Firma noch BTI. Vor ein paar Jahren habe ich ein Tender veranstaltet und wir haben uns wieder für HRG entschieden, weil uns die internationale Kompetenz sehr wichtig ist. HRG sitzt ja beispielsweise auch in der Schweiz.

Wie autonom können Sie hier in Österreich hinsichtlich Geschäftsreisen agieren?

Dubach: Wir haben eine Travel Managerin in London, die die Schirmherrschaft über hat und Reiserichtlinien aufstellt. Sie „timet“ auch, wann Verträge verhandelt werden sollen. Dennoch machen wir viel selbst. Und man ist mit unserer Compliance in London immer sehr zufrieden. (lacht)

Welche Bereiche managet HRG für UPC Austria?

Dubach: HRG macht alle internationalen Dinge für uns. Vor über fünf Jahren haben wir aber auch begonnen selbst online zu buchen. Wir unterscheiden Klassik-Buchungen über das Reisebüro und Online-Buchungen, die wir selbst mithilfe des HRG-Tools Cytric erledigen. Es gibt zehn Travel Managerinnen, die haben Zugriff auf das Tool und buchen unsere Flüge. 85% unserer Flugreisen buchen wir selbst. Das

Tool ist sehr praktisch für Direktflüge, das ist wiederum wichtig bei unserer Verbindung nach Amsterdam. 90% unserer internationalen Flüge führen dorthin.

Welchen Vorteil hat die Möglichkeit des eigenen Buchens?

Dubach: Die Travel Manager finden hier die besten Preise und sparen uns damit viel Geld bei den Transaktionskosten. Im Jahr sind das sicherlich 10 bis 15.000 EUR. HRG hat einmal behauptet, wir seien die beste Firma in Sachen Onlinebuchung. Ob dem noch so ist, weiß ich nicht. (lacht *abermals*) Jedenfalls macht es schon was aus, wenn man 20 EUR pro Flug spart. Bei 400 Flügen nach Amsterdam pro Jahr sind das schon einmal 8.000 EUR.

Ein Blick in die Zukunft – vor welchen Herausforderungen stehen Geschäftsreisebüros?

Dubach: Wir stehen eigentlich vor einer Herausforderung, nämlich mit weniger Geld noch mehr zu fliegen. Wie das weitergeht, weiß ich nicht. Unsere Key Account-Managerin sagt, die Preise sind jetzt im Tal und gehen nach oben. Da geht es künftig darum, gute Preise mit den Airlines zu verhandeln. Wir fliegen nach Amsterdam mit KLM oder der AUA. HRG hilft uns generell mit seiner Kompetenz, Brancheninformationen und Statistiken.

Was macht ein gutes Geschäftsreisebüro generell aus?

Dubach: Qualität, Kompetenz im strategischen und operativen Bereich, Erreichbarkeit, prompte Antwort auf Telefon- und E-Mailanfragen. Das ist zwar Standard, der muss aber auch hoch gehalten werden, um kompetitiv zu bleiben.

Die Fragen stellte Maria Schoiswohl



www.carlsonwagonlit.at

ALLE GESCHÄFTSREISE-ANBIETER SIND GLEICH.

Wer nur den Preis statt Qualität als Unterscheidungskriterium zwischen Angeboten gelten lässt, vergleicht unter Umständen Äpfel mit Birnen. Bei unseren Geschäftsreise-Lösungen sollten Sie deshalb neben dem Preis auch Werte wie Zuverlässigkeit, Flexibilität, Kundennähe und vor allem unser in fast 140 Jahren gereiftes Know-how in Ihre Rechnung mit einbeziehen. Erfahrung kann man nicht bezahlen. Unsere Leistung schon!

Ihre Geschäftsreise-Lösungen von CWT.
Vergleichen Sie uns:
info@carlsonwagonlit.at



Mehr Meetings in Europa

Corporate Meetings in Europa haben 2010 zugenommen. So das Ergebnis des European Cities Marketing Meetings Statistics Report 2011. Ausnahme ist Nordeuropa. Um 10% stieg die Anzahl der Geschäftsmeetings in Europa zwischen 2009 und 2010, die Anzahl der Teilnehmer stieg um 30%. Der Report teilt Europa in fünf Regionen – West- und Nordwesteuropa, Nordeuropa, Zentraleuropa, Süd- und Südwesteuropa und Südosteuropa. Den höchsten Zuwachs

bei den Meetings verzeichnete Zentraleuropa mit einem Plus von 25% (Teilnehmer: +14%), den höchsten Zuwachs bei Teilnehmern Südosteuropa (68%, Zuwachs bei Meetings: 19%). Einzig in Nordeuropa gab es ein Minus. 4% gingen Meetings, 7% die Teilnehmeranzahl zurück. Die Resultate basieren auf Daten von über 25.000 Geschäfts- und nicht geschäftlichen Meetings in 39 europäischen Städten zwischen 2009 und 2010.

kurz notiert

CWT: Erfreuliche Halbjahresbilanz

CWT hat die aktuellen Halbjahreszahlen vorgelegt – und die sehen gut aus: Sowohl Umsatz- als auch Transaktionsvolumen stiegen kräftig an. Das Umsatzvolumen von CWT stieg in den ersten sechs Monaten des Jahres 2011 um 10% auf 13,4 Mrd. EUR, die Zahl der Transaktionen um 5% auf 30,8 Mio. Die größten Zuwächse gab es in der Region Asien/Pazifik. Die Gründe dafür sind das weltweite Wirtschaftswachs-

tum, die Zufriedenheit der Kunden und hinzugewonnene Neukunden.

„Oscar“ für FCm Travel Solutions

FCm Travel Solutions hat den renommierten World Travel Award heuer zum zweiten Mal in Folge und zum dritten Mal insgesamt in der Kategorie Europe's Leading Travel Management Company gewonnen. Der World Travel Award gilt als „Oscar“ unter den globalen Auszeichnungen der Reise- und Touristikbranche.

Conventa in Slowenien



Bei der Conventa in Slowenien liegt der Fokus auf MICE – im Bild: Teilnehmer der diesjährigen Messe

Jung, frisch, dynamisch präsentiert sich die Conventa in der slowenischen Hauptstadt Ljubljana am 18. und 19. Jänner 2012 nunmehr zum vierten Mal. Mit seinem innovativen Konzept und hoher Professionalität konnte sich die Conventa als maßgebliche Fachmesse für Meetings, Incentives, Kongresse und Events mit Fokus auf die Länder Südosteuropas bereits bestens etablieren. Für die kommende Veranstaltung werden rund 140 Aussteller aus Slowenien, Kroatien, Serbien, Monteneg-

ro, Bosnien & Herzegowina, Albanien, Rumänien, Bulgarien, sowie Österreich und Italien erwartet. Geladen sind über 300 Hosted Buyers. Dem Trend entsprechend werden auch „Green Meetings“ stark fokussiert. Neben Fachgesprächen gibt es reichlich Gelegenheit für Networking, wobei die Slowenen ihre sprichwörtliche Gastfreundschaft unter Beweis stellen. Neu im Programm der angebotenen Post-Touren ist ein Fam-Trip nach Dubrovnik. Mehr unter www.conventa.info

MICE-Workshop des Corps Touristique

Veranstalter von Meetings und Incentives sollten sich den Donnerstag 13. Oktober 2011 vormerken: Zu diesem Termin lädt das Corps Touristique, der Verband der ausländischen Fremdenverkehrvertretungen in Österreich, zum MICE-Workshop ins Wiener Hotel Imperial. Das Programm beginnt um 17.30 h mit einem Empfangs-

cocktail, bis 21 h stehen dann die einzelnen Aussteller für Fachgespräche und mit spezifischen Informationen bereit. Vertreten sind die Länder Griechenland, Jordanien, Kroatien, Malta, Polen, Rumänien, Slowenien, Tschechische Republik, Ungarn, Zypern sowie die Mövenpick Hotels. Anmeldung erbeten an: corps-touristique@hotmail.com

MITM Americas in Salvador

Die bereits 17. Ausgabe der MITM Americas, Meetings and Incentive Travel Market, wird dieses Jahr von 16. bis 18. November in San Salvador, Hauptstadt des mittelamerikanischen Landes El Salvador, stattfinden. Fachbesucher profitieren von reduzierten Airfares, gratis Airporttransfers und bis zu vier Hotelnächtingungen in San Salvador. Vorgesehen sind weiters

bis zu 20 individuelle Meetings, der Besuch von mindestens zwei Seminaren, ein Networking-Programm mit Fokus auf landestypische Gastronomie sowie die Teilnahmeöglichkeit an dreitägigen Post-Touren. Wegen begrenzter Verfügbarkeit wird rasche Anmeldung empfohlen: <http://www.mitmamericas.com/buyer-application.html>

BCD travel



First Class im Business

Als Global Player im Geschäftsreisemanagement planen und organisieren wir Ihre Reisen. Mit unseren hochqualifizierten Mitarbeitern sind wir in Österreich und weiters in 96 Ländern für Sie da.

Wir buchen Flüge, Hotels, Autos, organisieren Meetings, Tagungen und Incentive Reisen.

Bei Bedarf optimieren wir auch Ihre Reiseprozesse. Profitieren Sie vom Marktführer im deutschsprachigen Raum. Für Sie bedeutet das: Sparen – Zeit, Geld und jede Menge Aufwand.

Online Buchungen für alle Airlines auf einer simplen Buchungsplattform. Sie erhalten einen Zugriff auf das komplette Angebot aller Airlines, zu den gleichen Konditionen wie direkt bei den Fluglinien.

First Class Rahmenbedingungen eben, um entspannt ein erfolgreiches Business zu betreiben. Lassen Sie uns darüber sprechen ...

BCD Travel

Mariahilfer Strasse 20
A-1070 Wien

Bahnhofgürtel 59
A-8020 Graz

Tel.: +43(1) 2182380-1005
sales@bcdtravel.at
www.bcdtravel.at
www.bcdtravel.com

Russia (II)



Wenn der Arbeitsort Novosibirsk heißt, sollte man sich mit den Gepflogenheiten vor Ort vertraut machen

Mit zwei am besten gleichzeitig angewandten Strategien kann sich der westliche Geschäftspartner in diesem Umfeld etablieren: einerseits Vertrauen schaffen, andererseits dafür sorgen, dass das Risiko eines doppelten Bodens minimiert wird. Statt sich daher auf einen örtlichen, vielleicht von der Partnerfirma gestellten Dolmetscher zu verlassen, empfiehlt es sich, einen eigenen Dolmetscher mitzubringen, der im Idealfall auch bereits Erfahrungen mit den russischen Geschäftsgepflo-

genheiten gesammelt hat und eventuelle Fallstricke kennt.

Vertrauen als Schlüssel

Vertrauen muss geschaffen werden, bevor es eingefordert werden kann – dieser Prozess braucht natürlich Zeit und ein Quantum Sensibilität, um dem Gesprächspartner das Gefühl zu vermitteln, dass er sich auf eine dauerhafte Beziehung einlassen kann. Überaus wichtig ist daher der Austausch auf privater Ebene, der offen und natürlich angelegt sein soll. Sehr

positiv wird in Russland registriert, wenn ein ausländischer Gast sich mit der russischen Kultur beschäftigt, die russischen Klassiker gelesen hat und über russische Musik plaudern kann. Das Thema Politik sollte dagegen vermieden werden. Wenn die Sprache doch einmal darauf kommt, erklärt man am besten, die Lage nicht beurteilen zu können. Die legendäre Gastfreundschaft der Russen ist bei einem Gegenbesuch natürlich zu erwidern, es sollten feine Restaurants ausgesucht und großzügige Zeiträ-

men gesteckt werden. Ob und in welchem Ausmaß es gelungen ist, eine vertrauensvolle Beziehung zu etablieren, ist sorgfältig zu beobachten: Brauchbare Maßstäbe dafür sind die Qualität des Informationsflusses und der Austausch von Wissen unter den Partnern. Sollten hier Störungen auftreten, so werden diese am besten im Gespräch unter vier Augen hinterfragt, um dem Partner die Chance zu geben, die Angelegenheit ohne Verlust von Ansehen zu bereinigen. ❖

THINK BUSINESS TRAVEL



THINK HRG

Great Fares • Excellent Service • Expert Knowledge

Als Tochtergesellschaft der in über 120 Ländern vertretenen Hogg Robinson Group ist HRG Austria ein Komplettanbieter rund um das Thema Geschäftsreisen. Mit Beständigkeit, Zuverlässigkeit und Erfahrung bieten wir eine umfassende Servicepalette, die echten Mehrwert und Kostenreduktion für Ihre Geschäftsreisen generiert.

Hogg Robinson Austria GmbH
Ungargasse 37, 1030 Wien, T 01/514 78-0

A Hogg Robinson Group company.

www.hrgworldwide.com/at

HRGTM
Corporate Travel Services

Kurztrip nach Kopenhagen

Wer in Kopenhagen einen Sprung in die Stadt schauen kann, dem empfiehlt die **tma**-Redaktion folgende Gustostücke: Ørestad für Architekturliebhaber. Auf der Insel Amanger gelegen hat Jean Nouvel 2009 im jüngsten Stadtteil Kopenhagens ein neues Opernhaus eröffnet, die Entwicklung Ørestads geht stetig weiter. Strøget für Shoppingfans. Die 1,1km lange Einkaufsstraße lässt keine Wünsche offen. Und: Torvehallerne für Genusstiger. Ein neuer Markt mit frischem Fisch und dänischem Feingebäck nahe der Nørreport Station.



Foto: Tj Stange

Blick auf die Strøget. Shoppingfreuden auf 1,1km

tagen & veranstalten

★ Das **Toldboden** (Nordre Toldbod 24) bereichert seit knapp einem Jahr die Kopenhagener Veranstaltungsszene im Hafen. Das Restaurant verfolgt den ehrgeizigen Plan, Nordeuropas Restaurant- und Eventlocation Nummer eins in Sachen Nachhaltigkeit zu werden. Der Ausblick ist phänomenal (360°), die Location klimaneutral. Events sind für bis zu 600 Personen möglich. www.toldboden.com

★ Wirklich große Veranstaltungen (bis zu 4.200 Personen) finden im **Bella Center** (Center Boulevard 5) statt, mit seiner Center-Hall, den vier Auditorien und 63 flexiblen Seminarräumen sowie der modernen Ausstattung. Ein erfahrenes Team hilft bei der Veranstaltungsorganisation, wenn gewünscht. www.bellacenter.dk

★ 1702 wurde der **Moltke's Palast** (Dronningens Tværgade 2) errichtet. Heimat für Adelige und Premierminister ist er heute Location für klassische bis moderne Events mit bis zu 750 Gästen. Vom Catering über die Technik bis zur Unterhaltung ist dort alles verfügbar. www.moltkes.com

übernachten

★ Kopenhagens führendes Designhotel heißt **First Hotel Skt. Petri** (Krystalgade 22). 2010 von CNBC als bestes Business Hotel Skandinaviens ausgezeichnet, verfügt es neben 268 Zimmern über Konferenzmöglichkeiten für 14 bis 220 Personen. www.hotelsktpetri.com

★ Das **Copenhagen Island** (Kalvebod Brygge 53) mit Blick auf den Hafen offeriert 325 Zimmer, ein kleines aber feines Fitness Center und das Restaurant The Harbor mit großen Glasfenstern und Platz für bis zu 226 Gäste. Das Haus gehört zur Arp Hansen-Hotelgruppe, die in Kopenhagen elf Hotels sowie Firmenprogramme betreibt. www.copenhagensland.com

★ Als Hotel mit Geschichte und Flair präsentiert sich das **Copenhagen Admiral Hotel** (Toldbodgade 24-28), ist es doch in einer Lagerhalle aus 1787 untergebracht. Das rustikale Ambiente zieht sich im Design durch die 366 Zimmer sowie die Tagungsräume für bis zu 700 Personen. www.admiral-hotel-copenhagen.com

essen & trinken

★ Thomas Hermann und sein Team kochen im exklusiven **Restaurant Hermann** (40 Plätze) im illustren und stylischen **Nimb**-Komplex (Bernstorffsgade 5, Tel.: +45 / 88 70 00 20) im **Tivoli Park**. Seit 2009 mit einem Michelin-Stern. Im Nimb findet sich auch eine lebhafteste Brasserie, ein Bar'n`Grill mit deftigen Speisen, eine Bar und eine Vinothek für den gediegenen Abend. Im angeschlossenen **Nimb Hotel** lässt es sich gut übernachten, in Räumen wie den **Rotunden** tagen oder Events veranstalten. www.tivoli.dk

★ Es mutet ein wenig wie ein Wiener Café an, das **Cafe Victor** (Tel.: +45 / 33 13 36 13 Ny Østergade 8), mit seinen Spiegeln und Zeitungen, den adretten Kellnern und dem Dekor dänischer Designer. Man genießt Austern und atmet Luxusgeschwängerte Luft. Dicke Geldbörse empfohlen! www.cafevictor.dk

★ In der **Kødbyens Fiskebar** (Flæsketorvet 100, Tel.: +45 32 15 56 56) im Meatpacking-District dreht sich alles um frischen Fisch und guten Wein. Ob als Snack an der Bar oder als opulentes, gesetztes Dinner. International gelobt und das zu Recht. <http://fiskebaren.dk>

nachtleben

★ **1105** nennt sich eine exklusive Cocktailbar (Kristen Bernikowsgade 4) im Zentrum des Businessdistrikts der Stadt. Hat nur mittwochs bis samstags geöffnet, kann aber sonntags bis dienstags für Veranstaltungen gemietet werden.

★ Versteckt hinter einer schwarzen Tür, Eintritt nur nach Klingeln der goldenen Glocke – das sind die Zutaten der Bar **The Union** (Store Strandstræde 16). Kein Schild weist auf diesen Hot Spot. Das Publikum ist eklektisch, die Musik aus den 50ern, die Atmosphäre wie in NYC.

★ Zwei DJanes aus Island gründeten **Jolene** (Flæsketorvet 81-85) im hippen Kødbyen-Distrikt, ein Hang-Out für coole Dreißigjährige. Heute ist es schick bis alternativ, wochentags ein Treff für Electro-Fans, am Wochenende eher was für Hip Hop-Tänzer.

anreise

★ **Fly Niki** fliegt ab 1. November bis 30. April 2012 werktags um 6:15 Uhr und um 19:05 Uhr von Wien nach Kopenhagen. Zurück geht es um 8:50 Uhr bzw. um 21:15 Uhr. Die Abendflüge werden auch sonntags durchgeführt.

2x täglich



Kopenhagen

ab € 44⁹⁹

flyniki.com

NIKI
FLYNIKI.COM

partner of
airberlin

REISEBÜRO 0820-737 800 (0,12€/min), partner.airberlin.com, Cels, Toma, Amadeus, Galileo, Sabre, Worldspan

One way inklusive Taxen und Gebühren! Garantiert nur bei langfristiger Vorausbuchung da begrenztes Kontingent pro Flug.

„Meet me in Miami“

Foto: Archiv



Abenddämmerung in Miami

anschauen

★ **„Little Havanna“** heißt das lebhafteste Viertel der Stadt, in dem sich zahlreiche kubanische Immigranten niedergelassen haben – eine Bereicherung für die Stadt in Sachen Kultur, Musik, Gastronomie und Lebensfreude.

★ Im **Miami Seaquarium** werden die Besucher mit Vorführungen maritimer Kreaturen unterhalten, werden die Lebensumstände bedrohter Arten thematisiert, finden Wasserschildkröten und Seekühe ein sicheres Zuhause und können zudem Picknicks und Events organisiert werden.

★ Direkt an der Biscayne Bay liegt die 1916 vom Industriellen James Deering erbaute **Villa Vizcaya**, ein prächtiges Gebäude mit Barock- und Rokoko-Einrichtung und einem förmlichen Garten, der heute als Museum für die Öffentlichkeit zugänglich ist und auch für private Veranstaltungen vermietet wird.

★ In South Beach im Süden Miamis liegt mit dem **Fairchild Tropical Botanical Garden** eine kunstvoll gestaltete Ruheoase mit seltenen tropischen Pflanzen, einem Regenwald und einem Lilienteich, in der Kunstausstellungen und Festivals veranstaltet werden.

★ In Miami Beach ist mit dem knapp 1.000 historische Gebäude umfassenden **Art Déco District** eines der weltweit größten Ensembles von Häusern dieser Stilrichtung aus den 30er und 40er Jahren des 20. Jahrhunderts erhalten geblieben; viele davon werden heute als Hotels genutzt.



Miami Bay kurz bevor die Sonne untergeht...

incentive-ideen

★ Rund 55km westlich von Miami können im **Everglades Safari Park** Airboat-Fahrten in Begleitung eines kundigen Guides durch unberührtes Sumpfgebiet, Kayak- und Fahrradtouren sowie Spaziergänge auf dem „Jungle Walk“ unternommen werden, gekrönt von einer spannenden Alligator-Show. www.evergladessafaripark.com

★ Für Ausflüge aufs blaue Meer stellt Miami Aqua Tours das **Piraten-schiff** El Loro für bis zu 100 Passagiere, das **Glasbodenboot** Island Princess für bis zu 138 Gäste und den eleganten **Schoner** Heritage of Miami II für maximal 45 Passagiere zur Verfügung. Die Ausfahrten können mit Verpflegung und Musik zur Schiffsparty abgerundet werden. www.miamiaquatours.com

★ Bei einem einstündigen **Rundflug** über den Miami Beach erschließen sich den Passagieren spektakuläre Ausblicke auf die Strände und Wolkenkratzer der Stadt. www.miamiflightseeing.com

tagen & nächtigen

★ Nur einen Steinwurf vom Strand entfernt, im Herzen des Art Déco-Zentrums gelegen, ist das **Miami Beach Convention Center**, das auf einer Fläche von fast 100.000m² ein Ausstellungsareal von ca. 50.000m² sowie 70 Konferenzzimmer samt allen ergänzenden Einrichtungen wie Business Center und Café umfasst. www.MiamiBeachConventionCenter.com



Mitten im Art Déco Distric

★ Neben einem Swimmingpool auf dem Dach und einem Beachclub stellt das **Gansevoort South Hotel** seinen Gästen 340 Zimmer, einen Ballsaal für bis zu 500 Personen, sechs moderne Konferenzräume und eine Penthouse-Suite zur Verfügung, in der bis zu 30 Konferenzteilnehmer einen großartigen Blick auf den Miami Beach genießen. www.gansevoortmiami.com

★ Auf Brickell Key wartet das luxuriöse **Mandarin Oriental** mit 326 Zimmern, einem Ballsaal für bis zu 880 Gäste, 15 flexibel gestaltbaren Veranstaltungsräumen und einem Business Center auf und erschließt seinen Gästen am Privatstrand beste Möglichkeit zum Relaxen. www.mandarinoriental.com

★ Die "Grande Dame" unter den Hotels im Zentrum Miamis, das Hotel **Intercontinental Miami**, hat kürzlich eine 34 Mio. USD-Renovierung abgeschlossen, mit der u.a. das 6.000m² große Konferenzareal neu gestaltet wurde. Das Haus umfasst 641 Zimmer und 34 Suiten, drei Restaurants und 33 Konferenzräume. www.icmiami.com

essen & trinken

★ Im **Cascata Grill** (Turnberry Isle Miami, 19999 W. Country Club Drive, Tel.: 786 279-6800) wird die Küche Floridas mit frischen regionalen und biologischen Zutaten neu interpretiert; einen schönen Blick haben die Gäste zudem auf einen Golfplatz und einen munteren Wasserfall.

★ **Bongos Cuban Café** (American Airlines Arena, 601 Biscayne Blvd., Tel.: 786/777-2100) wartet tagsüber als Restaurant mit typisch kubanischer Atmosphäre und abends als Disko mit lateinamerikanischen Rhythmen und einer phantastischen Lichtshow auf.

★ Einen mutigen Bogen spannt das **Sawa Restaurant & Lounge** (Village of Merrick Park, 360 San Lorenzo Ave., Coral Gables, Tel.: 305/542-3119) zwischen zeitgenössischer mediterraner und japanischer Küche – stimulierend auch das ganz in Weiß gehaltene Ambiente, in dem 3D-Kunst und eine LED-Lichtshow spannende Akzente setzen.

★ Das Restaurant **Yes Pasta!** (14871 Biscayne Blvd., North Miami Beach, Tel.: 305 944-1006) setzt auf gesunde Zutaten für seine originalitalienischen Gerichte – mit Meeresfrüchten, Fleisch oder vegetarisch – und präsentiert eine feine Auswahl heimischer und italienischer Weine.

anreise

★ Im Winter geht es mit **Virgin Atlantic** täglich um 6:55 Uhr ab Wien nach London und von dort um 11 Uhr ins Herz des „Sunshine State“. Die Landung in Miami erfolgt um 15:55 Uhr. Zurück geht der Flieger um 19:15 Uhr mit Ankunft in London um 9 Uhr. Der Weiterflug nach Wien startet um 11 Uhr und landet um 14:15 Uhr. Zeitangaben in Ortszeit.



Airboating im Everglades Safari Park

Die Nummer Eins in der Premium Economy

Virgin Atlantic steuert über 30 Destinationen weltweit an – darunter Johannesburg, Los Angeles und Sydney. Alle Flüge sind mit unserer Premium Economy ausgestattet, die sich gerade auf jene kleinen Extras konzentriert, die eine Geschäftsreise in einen angenehmen Ausflug verwandeln. Priority Boarding und ein größerer Sitz mit mehr Beinfreiheit gehören ebenso zu den kleinen Extras, wie ein Premium Economy Check-In, der einen reibungslosen Reisebeginn ermöglicht. Damit sind Sie nicht nur schneller an Bord – als Premium Economy-Kunde ist auch Ihr Gepäck mit Priority Tags als erstes an Bord und wird nach der Landung auch als erstes wieder ausgeladen. Unsere generösen Gepäckbestimmungen erlauben Ihnen zwei Gepäckstücke à 23 Kilogramm pro Person.

Wenn Sie an Bord kommen, begrüßt Sie die Crew mit einem Glas Orangensaft und einer Tageszeitung. Ihr ergonomisch designter Premium



Adventorial

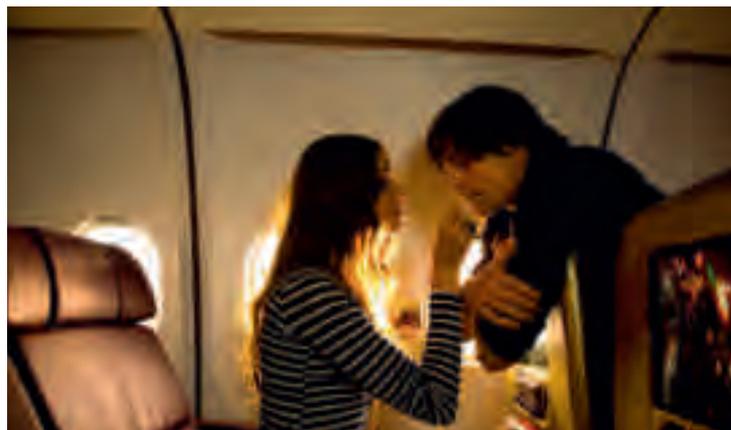
Economy-Sitz ist 53cm breit und damit gleich breit wie die Business Class-Sitze der meisten anderen Airlines. Sie versinken in dem weichen, violetten Sitz mit luxuriösen 96cm Platz für Ihre Beine – genügend Raum um sich ordentlich auszustrecken.

Ist es Zeit für ein Mahl, so haben Sie die Wahl zwischen drei Menüs, da-

runter auch ein vegetarisches Gericht – alle werden auf Porzellangeschirr mit Edelstahlbesteck serviert. Nach dem Dinner offerieren wir Ihnen einen Likör und einen Fruchtsalat sowie ein Eis, während Sie einen Film anschauen können. Sollten Sie während des Fluges arbeiten wollen, nutzen Sie unseren In-Seat-Stecker für Ihren Laptop.

Mitglieder unseres Flying Club-Programms erhalten als Premium Economy-Kunde überdies 150% für Ihre geflogenen Meilen.

Als Gewinner der UK's Business Traveller Awards, ist die Premium Economy Class von Virgin Atlantic die Nummer Eins ihrer Klasse. Lassen Sie sich einfach in die Virgin Atlantic Premium Economy upgraden. All diese kleinen Extras sind es wert – und das für einen geringen Premiumpreis.



— Lisa Maria Schwödiauer / Projektleiterin Incentives & Events / Eventwerkstatt Ilk & Partner —

Feiertrends im Fokus

Foto: istockphoto.com



Nicht mehr lange – und es duftet in der Firma nach Zimt, Nelken und Orangen

tma: Was ist heuer angesagt im Bereich Firmen- & Weihnachtsfeiern in Österreich?

Lisa Maria Schwödiauer: Grundsätzlich gibt es zwei Arten von Weihnachtsfeiern. Die Einen möchten im Programm und bei der Dekoration unbedingt Weihnachten wiederfinden, die Anderen wählen bewusst Themen, die mit Weihnachten nichts zu tun haben. Bei den Locations sucht man zwar Neues, um die Mitarbeiter zu überraschen. Das ist aber aufgrund der gewünschten Nähe zum Betrieb zumeist eher schwierig.

Welche neuen Locations in Österreich empfehlen Sie heuer für Firmen- und Weihnachtsfeiern?

Schwödiauer: Die Pratergalerien in Wien sind ideal für mittlere und größere Feiern, da die Aufteilung der Räume eine Erweiterung der Eventfläche für größere Firmen ermöglicht. In Oberösterreich fällt mir das Schloss Eggenberg in Vorchdorf ein, da die Räume toll restauriert wurden und man mit der Begehung der Brauerei im Vorfeld ein Highlight anbieten kann. Weiters entsteht derzeit im Mühlviertel eine neue Eventlocation, die in einer ehemaligen Reithalle eingerichtet wird. Aufgrund der wunderschönen Zufahrt zum herrschaftlichen Anwesen und der zur Verfügung stehenden Freiflächen für Outdooraktivitäten, eignet sich dieser neue Veranstaltungsort, „Der Wiesenhof“ sehr gut für Firmenfeiern.

Straff & kurzweilig

Firmen- und Weihnachtsfeiern sind ein alljährlich wiederkehrendes Thema – gibt es auch in diesem Segment Trends? Was hat sich in den vergangenen Jahren geändert?

Schwödiauer: Der offizielle Teil wird straffer und kurzweiliger gestaltet als noch vor einigen Jahren. Elemente wie eine lange Begrüßungsliste oder ein Rednerpult gehören der Vergangenheit

an. Wir legen großen Wert auf eine straffe Regie, einen unterhaltsamen Talk im Interviewstil und eine gezielt kurzweilige Dramaturgie des Bühnenablaufes.

Elemente wie eine lange Begrüßungsliste oder ein Rednerpult gehören der Vergangenheit an.

Worauf wird bei Firmen- und Weihnachtsfeiern in Österreich besonders Wert gelegt?

Schwödiauer: Die passende Location spielt zu Beginn der Vorbereitungen des Events eine zentrale Rolle. Ist diese gefunden, stehen zumeist das Raumerlebnis und eine außergewöhnliche Show sowie die Umsetzung der Botschaften des Events im Mittelpunkt. Ein qualitativ gutes Catering und eine funktionierende Technik werden vorausgesetzt.

Inwiefern hat sich die Feierkultur bei in Österreich ansässigen Firmen in den vergangenen Jahren verändert? Stichwort: Wirtschaftskrise.

Schwödiauer: Die Nachwirkungen von 2008 sind längst abgeklungen und von der aktuellen Schuldenkrise der Länder spüren wir keine Auswirkungen auf unsere Branche. Generell wird aber das Marketingbudget schon sehr gezielt ausgegeben. Im Sponsoring gibt es das Gießkannenprinzip, bei jedem kleinen Event mit irgendeinem Transparent dabei zu sein, kaum noch. Es werden also Budgets durchaus kritischer eingesetzt, was aber eher dazu führt, dass die Budgets für Eventmarketing anteilig steigen.

Der emotionale Wert eines gut gemachten Events ist höher als die Wirkung manch anderer Marketingtools.

Feiern bedeutet investieren. Worin besteht der konkrete Nutzen einer gut organisierten und durchdachten Feier für ein Unternehmen?

Weihnachten ist noch weit und doch steht es fast vor der Tür. Eventexpertin Lisa Maria Schwödiauer von der Eventwerkstatt in Linz wirft mit **tma** einen Blick auf aktuelle Trends bei Firmen- und Weihnachtsfeiern, auf die Feierkultur in Österreich und den Nutzen einer Investition in die Mitarbeiter mittels Weihnachtsparty. Die Fragen stellte Maria Schoiswohl.

Schwödiauer: Wesentlich ist, zu Beginn der Arbeit mit dem Kunden dessen Ziele und Botschaften zu besprechen. Daraus formen wir ein Motto oder einen Slogan, dem sich die Gestaltung des Events unterstellt. Dies geht von der Raumgestaltung, über das Programm bis hin zum „Wording“ in der Moderation. Wenn sich daraus die zentrale Botschaft des Events und ein roter Faden entwickeln, der für die Gäste erlebbar wird, dann hat man „gewonnen“. Jeder Gast merkt das Besondere, das Durchdachte, das Liebevolle, das Detail, und spürt dadurch die Wertschätzung, die ihm entgegengebracht wird. Der emotionale Wert eines gut gemachten Events ist enorm und höher als die Wirkung manch anderer Marketingtools. Ein schlechtes Event hätte aber besser nicht stattgefunden, denn dieses bleibt mindestens so lange in Erinnerung wie ein gutes.

Liebe zum Detail

Tipps von der Expertin – was sind die Zutaten für eine perfekte Firmen- oder Weihnachtsfeier?

Schwödiauer: Die Liebe zum Detail. Es müssen tausend Puzzleteile zusammen passen, um auch tatsächlich einen großen Erfolg mit dem Event feiern zu können. Die detailverliebte Vorbereitung, die eingebrachte Erfahrung eines Eventprofis, der erlebte rote Faden, das Bauchgefühl für die Bühnenregie, der gezielte Einsatz von Neuromarketing und einiges mehr bilden die Klammer für den Erfolg. Deshalb führt eine Eigenorganisation innerhalb der Firma in der Nachbetrachtung meist nicht zum gewünschten Erfolg, da man doch einige wichtige Faktoren unterschätzt hat.

Wie gestaltet man auch mit einem kleinen Budget eine Feier?

Schwödiauer: Kreativität muss nicht

zwangsläufig zu einem hohen Budget führen. Der Umkehrschluss ist, dass man auch mit kleinem Budget eine Feier entsprechend kreativ und erfolgreich gestalten kann.

Stichwort: Feiernmuffel. Einige Mitarbeiter wollen feiern, andere gar nicht – wie gestaltet man dennoch ein Event, das alle erfreut?

Schwödiauer: Interaktivität ist ein Schlüsselwort. Je interaktiver das Programm, desto mehr bleibt das Event in Erinnerung. Letztlich werden auch „reservierte“ Mitarbeiter von der Gruppendynamik erfasst und genießen das Event.

Interaktivität ist ein Schlüsselwort. Je interaktiver das Programm, desto mehr bleibt das Event in Erinnerung.

Vielleicht noch ein Tipp zum Verhalten. Was sollte man als Gast einer Firmen- oder Weihnachtsfeier unbedingt beachten?

Schwödiauer: Einerseits den Alkohol – auch wenn alles gratis ist – nur in Maßen genießen. Andererseits während des offiziellen Teils die Talks oder das Programm nicht durch permanentes Gerede stören. Die Bekleidung sollte natürlich dem Anlass angepasst sein.

Zum Abschluss: Wie werden die Eventexperten der Eventwerkstatt heuer Weihnachten feiern?

Schwödiauer: Unsere Mitarbeiter werden jedes Jahr von der Eigentümerfamilie – Andrea und Walter Ilk – zu sich nach Hause eingeladen, da dies ein wesentlich persönlicheres Feiern als im Restaurant erlaubt. Auch die Lebenspartner der Mitarbeiter sind als Dank mit eingeladen. Davor bieten sich kleine Outdooraktivitäten wie Eisstockschießen, etc. zum „Aufwärmen“ an.

Geschichte schreiben in der Hofburg Vienna

Erste Adresse Europas für Tagungen, Bankette und Weihnachtsfeiern.

Wo einst Monarchen Audienzen abhielten, finden heute edle Firmenfeiern, feine Bankette und stimmungsvolle Weihnachtsfeiern statt. Vor allem zahlreiche Unternehmen nutzen immer verstärkter das imperiale wie moderne Ambiente der Hofburg Vienna für ihren Auftritt. So zeigen sich Galaabende und Bankette mit über 15 Prozent des Umsatzes als ein wichtiges und wachsendes Segment im Veranstaltungsmix des Kongresszentrums.

Diesen Herbst trifft sich das „Who is who“ der Sport- und Unternehmenswelt auf dem Roten Teppich der Hofburg Vienna: bei den Preisverleihungen Una Notte Sportiva (23. September 2011),

Außenansicht vom Kongresszentrum



„Entrepreneur of the Year“ (13. Oktober 2011) und „Austria's Leading Companies“ (27. Oktober 2011). Auch an die zwanzig Weihnachtsfeiern von 120 bis 1.500 Personen sind für heuer bereits jetzt gebucht. „Neben dem beliebten Weihnachtspackage setzen wir seit kurzem auch mit einem neuen Gala-package attraktive Impulse für unsere Kunden“, so Hofburg Vienna Geschäftsführerin Renate Danler. Für Veranstaltungen stehen Prunkräume wie der Festsaal, der Zeremonienaal oder der Große Redoutensaal zur Auswahl, die ideal für Veranstaltungen von 250 bis 1.000 Personen sind. Für Events im kleineren Kreis von bis zu 250 Personen empfehlen sich die moderne Glasarchitektur des Dachfoyers mit Panoramablick und die Hofburg Galerie sowie auch der Kleine Redoutensaal.

Insgesamt heißt die Hofburg Vienna alljährlich rund 350 Veranstaltungen mit gut 320.000 Gästen willkommen. Auf 17.000 Quadratmetern Fläche stehen 35 Räumlichkeiten für Events von 50 bis 4.900 Personen zur Verfügung. Jedes Jahr macht das Kongresszentrum nicht nur einen Nettoumsatz von 10 Millionen Euro, sondern generiert eine Umwegrentabilität von 180 bis 200 Millionen. ❖



Das Dachfoyer in der Hofburg Vienna

i Gala-Packages der Hofburg Vienna ab 6.500 Euro

Die Tabelle gibt einen Überblick über verfügbare Räumlichkeiten und Personenkapazitäten. Im Preis sind Miete, Energiekosten, Mobiliar, technische Leistungen und Bühnenbeleuchtung, Personal- und Reinigungskosten sowie Beschilderungen und die Ankündigung im Veranstaltungskalender

www.hofburg.at inkludiert. Der Veranstaltungszeitraum für die genannten Preise liegt zwischen 19 und 24 Uhr, Vorbereitungen sind ab 14 Uhr möglich. Reservierung je nach Verfügbarkeit, zuzüglich 20% Umsatzsteuer, Anbot gültig bis Dezember 2011.

Säle	Personen (max.)
Festsaal & Zeremonienaal	1.000
Festsaal	660
Zeremonienaal	340
Hofburg Galerie	140
Großer Redoutensaal	4500
Kleiner Redoutensaal	150
Dachfoyer	250

Kontakt

HOFBURG Vienna

Heldenplatz, 1014 Wien

T: +43 1 5873666, F: +43 1 5356426

vienna@hofburg.com, www.hofburg.com

Gewinnen mit Hillinger und **tma**!

Das Weingut Hillinger und **tma** schenken Ihnen eine „Hill-Verkostung“ für vier Personen. Sie lernen die Philosophie und den Betrieb des Top-Winzers Leo Hillinger kennen, genießen einen Secco-Empfang in der hippen Hill-Lounge und Hillinger-Weine bei einer exklusiven Verkostung.

»Wenn die Traube top ist, muss man im Keller nicht mehr so viel machen. Nach langjähriger Erfahrung und vielen Experimenten weiß ich: die Frucht muss perfekt sein und soll unverändert in die Flasche.« Leo Hillinger

SO MACHEN SIE MIT: Beantworten Sie unten stehende Frage und schicken Sie Ihre Antwort an mira.jeschke@profireisen.at. Zu gewinnen gibt es vier Verkostungen für je vier Personen zu einem Termin Ihrer Wahl. Es gilt das Prinzip: First come, first serve!

In welchem Bundesland liegt das Weingut Hillinger?

EINSENDESCHLUSS: 31. Oktober 2011

Eventlocations

Brauerei oder Burg?

Foto: Stiegl



Die Stiegl-Erlebniswelt in Salzburg steht für Feiern jeglicher Art bereit

Burgenland

Der **Taubenkobel** im Burgenland gilt als eines der exklusivsten Restaurants in Österreich – sagt auch der Falstaff (96 Punkte 2011). Walter Eselböck steht am Herd, während seine Frau Eveline den passenden Wein auswählt. (Hauptstraße 33, 7081 Schützen, Tel.: 02684 / 22 97, www.taubenkobel.at)

Kärnten

Zwischen Klagenfurt und Villach ist das **Casino Velden** situiert, wo besinnliche

oder verspielte Stunden mit Blick auf den Wörthersee über die Bühne gehen. Zur Verfügung stehen das kreisrunde Casineum, das Casineum am See und das Foyer – für kulinarische Genüsse sorgen Marcel J. Vanic und sein Team. (Am Corso 17, 9220 Velden, Tel.: 04274 / 2064-20112 od. 20115, www.casinos.at)

Niederösterreich

Im Helenental liegt das Seminar- und Eventhotel **Krainerhütte**, das 2011

Weihnachten im neuen Look feiert. Und mit vielen Eventideen: Laternenwanderung, Fackelumzug, Feuerwerk, Gospelchor, Weihnachtliche Mundartlesung, uvm. (Helenental 41, 2500 Baden bei Wien, Tel.: 02252 / 44 511-141, www.krainerhuetten.at)

Oberösterreich

„**Die Lederfabrik**“ nennt sich ein Veranstaltungszentrum im Norden von Linz. Das Gebäude aus 1843 bietet multifunktionale Räume von 50 bis 900m² und ein vielseitiges gastronomisches Angebot. Der Verbund oder die Sparkasse Oberösterreich stehen auf der Referenzliste. (Leonfeldner Straße 328, 4040 Linz/Urfahr, Tel.: 0732 / 750 500-10, www.lederfabrik.at)

Salzburg

Im uralten Braugewölbe, in der rustikalen Paracelsusstube oder doch lieber in der Erlebnisbrauerei die berauschende Feier begehen? Die Wahl der Räume in der **Stiegl-Brauwelt** ist groß, ebenso das Rahmenprogramm, das von Themenführungen und Verkostungen bis zu Spielen und Musik reicht. (Bräuhäusstr. 9, 5020 Salzburg, Tel.: 0662 / 8387-1641 od. 1643, www.stiegl.at)

Steiermark

Ob es in der Jungsteinzeit schon so etwas wie eine winterliche Feiertradition gab, gemäß der heutigen? Eher nicht. Die Ursprünge der **Burg Deutschlandsberg** gehen in diese Zeit zurück – heute ist das Vier-Stern-Burghotel mit Haubenrestaurant zu Weihnachten Ort frivoler Feste in mittelalterlichen Räumen. (Burgplatz 1, 8530 Deutschlandsberg, Tel.: 03462 / 56 56-0, www.burghotel-dl.at)

Tirol

Die WM-Halle des multifunktionalen Kongresszentrums **Arlberg-well**.

„Wo wollen wir denn feiern?“ Die Geschäftsführung will einen kreativen Vorschlag für die heurige Firmenfeier? Kein Problem. **tma** hat sich in Österreich ein wenig umgesehen und eine bunte Auswahl an Locations zusammengestellt. Von rustikal und urig über modern und mondän bis außergewöhnlich und angesagt.

com in St. Anton am Arlberg ermöglicht Veranstaltungen für bis zu 3.000 Personen. Natürlich sind in der umfangreich ausgestatteten und modern designten Anlage mit Restaurant und Wellnessoase auch kleinere Events möglich. (Hannes-Schneider-Weg 11, 6580 St. Anton am Arlberg, Tel.: 05446 / 22 69-54 od. 55, arlberg-wellness.com)

Vorarlberg

Heimelige Atmosphäre mit einem Hauch von Nostalgie – das vermittelt das familiengeführte **Restaurant Stadtgasthaus** im Hotel Weißes Kreuz in Bregenz. Zwischen goldgerahmten Spiegeln und Möblage mit dem Flair des 19. Jahrhunderts serviert Küchenchef Harald Fink das Weihnachtsmenü. (Römerstr. 5, 6900 Bregenz, 05574 / 49 88-0, www.stadtgasthaus.at)

Wien

Mit Angelina Jolie, Heinz Fischer und Albert Einstein feiern? Möglich ist dies bei **Madame Tussauds**. Bei Punsch auf der Terrasse mit Blick auf den Wiener Prater, bei Weihnachtschmankerln im VIP-Raum, dazu spielt Musik. Cateringpartner ist Amon's Delicious Catering. (Riesenradplatz, 1022 Wien, Tel.: 01 / 890 33 66, www.madametussauds.com/Wien)

Auf der Suche

Praktische Helferleins auf der Suche nach einem passenden Veranstaltungsort für diverse Events sind u.a. **www.firmenfeier.at** (für Österreich), **www.truevenue.com** (für Österreich, Bayern, Oberitalien, die Schweiz), oder **www.locationguide24.com** (für Österreich, Deutschland, Italien, die Schweiz und Tschechische Republik, Registrierung nötig).

WÜNSCHE WERDEN WAHR
in den Austria Trend Hotels & Resorts

Erleben Sie unvergessliche Momente im Märchenschloss in Kitzbühel, im steirischen Winterwunderland oder mit Blick auf die besneiten Dächer Wiens. Lassen Sie die Planung & Durchführung unsere Sorge sein. Sie sollen einzig und allein **GENIEßEN & FEIERN!**

AUSTRIA TREND
HOTELS & RESORTS
MEMBER OF VERKEHRSBURO GROUP

www.weihnachts-trend.at

Etikette beim Fest

Superman bleibt zu Hause

Jetzt ist sie wieder da, die Zeit fürs Fest zwischen Lametta und Maroni. Oder zwischen DJ und Boogie. Auf jeden Fall mit der Chefin und den Kollegen. Mit (meist viel) Alkohol und (hoffentlich gutem) Essen in einem ungewöhnlichen Rahmen. Es ist also Zeit, sich ein wenig Gedanken zu machen, wie man es heuer angeht, das eigene Verhalten auf dem Fest.

Verhaltensregeln für Firmenfeiern hängen von der Firmenkultur ab. Ein paar Regeln gelten jedoch immer:

1. Sich angemessen kleiden. Je nach Anlass und Rahmen ist das kleine Schwarze oder der Supermann-Strampelanzug für die Mottoparty angesagt. Das Wichtigste ist – man muss sich wohl fühlen.
2. Begrüßungssekt auf nüchternen Magen? Keine gute Idee. Da fällt man schnell auf. Eine kleine Unterlage zahlt sich also aus, hat man vor, den guten Wein und den Aperitif zu kosten.
3. Alkohol ist generell mit Vorsicht zu genießen. Am besten ist, soweit nüchtern zu bleiben, dass man sich noch erinnert, was man sagt bzw. auch zu wem. Zu intime oder indiskrete Fragen steigern nicht immer die Sympathiewerte in der Kollegenschaft.
4. Flirten ist erlaubt. Man sollte aber überlegen, ob die Betriebsfeier den richtigen Rahmen für erste Annäherungsversuche bietet.
5. Da ist auch die Sache mit dem amikalen „Du“, das in champagnergeschwängelter Abendlaune leicht über die Lippen kommt. „Du's“ lieber sparsam und mit klarem Kopf anbieten.
6. Trotz all der guten Hinweise war der Punsch zu viel und das Benehmen unangebracht? Dann hilft nur eine Entschuldigung bei den Betroffenen. Hat man sich einfach nur daneben benommen und schämt sich, sollte man Zeit vergehen lassen. Die nächste Feier und damit der nächste Fauxpas kommen bestimmt.



Foto: istockphoto.com

Das Kind im Manne sollte bei der Firmenfeier lieber daheim bleiben

WEIHNACHTEN FEIERN - MIT „AUSSICHT“ AUF ERFOLG IM RESTAURANT „DAS SCHICK“ IM HOTEL AM PARKRING



Österreichisch-spanisches Gaumenspiel im weihnachtlichen Rahmen

Wenn Sie eine Weihnachtsfeier planen – wir sind für Sie da! Feiern Sie Ihr Fest für bis zu 45 Gäste im eleganten „Salon“ im 11. Stock oder exklusiv im stylischen Genuss-Restaurant „Das Schick“ im 12. Stock des Hotels Am Parkring.

Unsere gehobene und kreative Küche mit österreichischen und spanischen Spezialitäten, die zentrale Lage an der Wiener Ringstraße, der charmante Schick-Service und die wahrscheinlich schönste Aussicht über die Dächer der Wiener City laden ein zu einer einzigartigen und unvergesslichen Weihnachtsfeier.



RESTAURANT „DAS SCHICK“
im Hotel Am Parkring
Parkring 12, 1010 Wien
Tel. (01) 514 80-417
parkring@schick-hotels.com
www.das-schick.at



BONUS:

Buchen Sie Ihre Weihnachts- oder Jahresabschlussfeier mit mindestens 20 Personen in der Zeit von 1. Nov. bis inkl. 12. Dez. 2011, und wir schenken Ihnen und Ihren Gästen den **Weihnachts-Aperitif über den Dächern von Wien** (Punsch von Sangria mit Chorizo & Maroni) zur Einstimmung auf Ihr Fest!

Wir freuen uns auf Ihre Reservierung!

Hofburg Vienna mit neuem Catering

Foto: Hofburg Vienna



Auf die Tische der Hofburg Vienna kommt künftig Catering von Do&Co, Gerstner und Copaloca

Mit Juli 2012 arbeitet die Hofburg Vienna mit drei neuen Cateringpartnern zusammen, der Vertrag mit den bestehenden Partnern Catering's Best by Intercontinental und Clubcatering läuft aus. So fungiert ab nächstem Sommer Do&Co als Premiumcaterer, Gerstner als Gourmetcaterer und Copaloca als kreativer Eventcaterer. „Ziel ist es, unseren Kunden ein vielfältigeres Produktportfolio zu bieten und die Kulinarik noch mehr zu be-

leben“, erläutert Geschäftsführerin Renate Danler die Entscheidung. Mit Do&Co hat man sich einen Partner mit internationaler Kompetenz ins Boot geholt – über 70% der Veranstaltungen in der Hofburg haben internationalen Charakter. Das Gourmettraditionsunternehmen Gerstner punktet mit Erfahrung und Kunden-Netzwerk. Copaloca steht schließlich für Kreativität und ein gutes Preis-Leistungsverhältnis.

Kreatives von C&C

„Wir bieten nicht nur das klassische Programm mit Punsch und weihnachtlichem Dinner an, sondern gehen auch ausgefallene Wege wie z.B. mit dem „Christbaumweitwurf“ oder dem „Kekserl oder Christstollen wiegen“, beschreibt Cornelia Pfeiffer-Janisch, Geschäftsführerin von C&C Agency mit Sitz in Wien und Linz, die Herangehensweise der Full Service-

Agentur an das Thema Firmen- und Weihnachtsfeiern. C&C ist u.a. für Firmen wie Bayer Austria, Siemens oder Henkel tätig. Für ein internationales Unternehmen der Finanzbranche etwa wurde eine Firmenfeier in Wien ausgerichtet, die Show-Barkeeping, eine Relax-Lounge und einen Show-Act der Movida Sisters mit Blick auf Wien inkludierte.

Die Agentur mit den (un)üblichen Ideen!

CC agency

Donau-City-Str. 1, Tech Gate Tower, 11. Stock . 1220 Wien .
Telefon 01-6414260 . www.cc-agency.com

AKUTE ORGANISATORISCHE WEIHNACHTSKRÄMPFE?

C&C Agency hilft schnell und zuverlässig! Mit kreativen Ideen, kompetenter Planung und Organisation.

Ganz ohne Risiken, dafür mit angenehmen Nebenwirkungen.

www.cc-agency.com



7 Fragen an den Festplaner

Location, Musik, Menü, Rahmenprogramm? Damit auch die heurige Weihnachtsfeier zur Zufriedenheit aller über die Bühne geht, hier sieben Fragen und mögliche Antworten, die all jene, die das Firmenfest planen, vorab beachten sollten.

- Wie viel **Budget** steht für die Feier zur Verfügung?
- Nur wer weiß, wie viel Geld er ausgeben darf, kann richtig planen.
- Unter welchem **Thema** soll das Fest stehen?
- Das gewählte Thema bestimmt die Stimmung. Themenparty = spaßig. Unterstützung von Sozialprojekt = Gutes tun.
- Wie soll die **Unterhaltung** aussehen?
- Musik, Tanz, Kabarett, Tombola. Die Auswahl ist vielfältig.
- **Wo** soll die Feier stattfinden?
- Die Location wird bestimmt von der Menge der Gäste, dem Thema, der Erreichbarkeit, etc.
- **Wer** ist eingeladen?
- Mitarbeiter, Kunden, VIPs, Partner.
- Wie sieht die **Verpflegung** aus?
- Ohne Essen, kein Fest.
- **Wie** kommen meine Gäste zum Fest und wieder nach Hause?
- Anbindung an öffentliche Verkehrsmittel, Shuttle-Service, Parkplätze.
- **Wann** findet die Feier statt?
- Der geeignete Termin hängt u.a. ab von konkurrierenden Veranstaltungen.

Weihnachten ganz in Schick

Im zwölften Stock liegt das Restaurant „Das Schick“ des Vier-Stern-Hotels Am Parkring in Wien. Mit Blick über die Dächer der Stadt bietet das Lokal einen ausgesuchten Rahmen für Firmenweihnachtsfeiern. Auch der elegante Salon im elften Stock steht für Events zur Verfügung. Zur kulinarischen Unter- malung gibt es Saisonales und Regionales aus Österreich und Spanien – so können Buffets mit klingenden Namen wie „Feliz Navidad“ arrangiert oder mehrgängige Menüs individuell zusammenge-

stellt werden. Die Preise starten mit 45 EUR pro Person (Buffet ab 15 Personen oder viergängiges Menü exklusive Getränke). Die Veranstaltungen können im Restaurant für bis zu 60 und im Salon für bis zu 40 Personen ausgerichtet werden, die Mindestkonsumation liegt bei 750 EUR im Salon und bei 3.000 EUR im Restaurant. Hinzu kommt auch eine Getränkepauschale von 42 EUR p.P. (gültig für fünf Stunden). Ansprechpartner für Events im Hotel Am Parkring ist Restaurantleiter Wolfgang Neiss.

Feiern im ATH Savoyen

Das Austria Trend Hotel Savoyen in Wien offeriert 2011 zwei Weihnachtsspecials: Das „Savoyen Weihnachtsspecial“ inkludiert einen Punschempfang, ein Buffet, eine Getränkepauschale für maximal sechs Stunden, weihnachtliche Dekoration und die Raummiete um 89 EUR p.P. für maximal 600 Gäste. Das „Savoyen Weihnachtsspecial Exclusive“ bietet statt dem Buffet ein fünfgängiges Menü und kommt auf 95 EUR p.P. für maximal 200 Personen. Überdies gibt

es eine Savoyen Quiz-Show, direkt auf den Veranstalter abgestimmt, umrahmt mit Live-Musik, Vier-Gang-Menü und inklusive Begrüßungsgetränk, Getränkepauschale, Bühne, Moderation und grafischer Umsetzung der Fragen, Ton- und Lichttechnik, Videoübertragung, Mitschnitt und digitalem Votingsystem. Preise auf Anfrage. Wer nach der Feier im ATH übernachten möchte, erhält im Superior-Doppelzimmer einen Spezialpreis von 140 EUR.



Christbaumrallye bei Retter Events

Bei der Retter Events-Weihnachtsfeier suchen sich die Teilnehmer ihren Christbaum aus. Die „Christbaumrallye“ beim steirischen Bauern startet mit einem Glühwein. Dann geht es los, mit Wettsägen, Nageln, Gewicht-Schätzen, uvm. Schlussendlich wählt man seinen Christbaum, der nach Hause gestellt wird. Das Event dauert zwei bis drei Stunden. Preis: 89 EUR p.P. (inkl. Trainer, Stationen, Glühwein/Tee, Erinnerungsurkunde, Baum) plus Pauschale für Gesamtorganisation (590 EUR).

Deutschland: Feiern im Landhaus Lösch

Foto: DZT



Das Landhaus Lösch liegt in der schönen Südwestpfalz

In Hornbach in der Südwestpfalz nahe der Flughäfen Zweibrücken und Saarbrücken steht das Landhaus Lösch, in dem seit Februar 2011 Gruppen bis zu 30 Personen gemeinsam feiern können. 5.400 EUR kostet die Nacht in dem Haus, das auf Anfrage komplett gemietet werden kann, ausgestattet mit 15 individuell gestalteten Themenzimmern und -suiten, einer Küche, einem Ess- und Wohnzimmer, einer Wein- und Tabaklounge sowie einer Sauna auf dem Dach. Der

Preis beinhaltet Übernachtung und Verpflegung – vom Frühstück bis zu mehrgängigen Abendmenüs. Der Koch bereitet die Speisen frisch vor den Augen der Anwesenden zu, Softgetränke, Tee, Kaffee und Obst stehen kostenlos bereit. Auf Wunsch organisiert Lösch auch Rahmenprogramme, die von Ausflügen ins nahe Frankreich über Radtouren entlang des Mühlenradwegs bis zu Kochkursen und Weinprobenreichen. Nähere Informationen unter www.loesch-fuer-freunde.de.

kurz notiert

Veranstalten im Leopold Museum

Im Leopold Museum in Wien ist vom Cocktailempfang bis zum Galadiner, von der Party mit DJ bis zur Führung durch die Sammlung oder einem Workshop mit Kunstexperten im Atelier des Museums alles möglich. Führungen können mit Feiern im Café Leopold kombiniert werden. Bei Buchung einer Weihnachtsfeier bis 31. Oktober gibt es 15% Rabatt auf die Raummiete.

Linsberg Asia: Weihnachten in Niederösterreich

Linsberg Asia präsentiert Packages ohne Nächtigung ab 68 EUR p.P. Sie beinhalten ein stilvoll dekoriertes Event mit Punschempfang mit Maroni und Keksen und kulinarische Verpflegung (Menü oder Buffet) mit Getränkebegleitung bis Mitternacht. Angebote mit Übernachtung (ab 217 EUR p.P.) ermöglichen die Nutzung der Therme und des hoteleigenen Spas. Rahmenprogramme wie Schneeschuhwanderungen, Hundeschlittenfahrten oder Teezeremonien sind ebenso möglich.

Mercure: Buffet ab 38 EUR

Wer im Mercure Wien Westbahnhof Weihnachten feiert, zahlt 38 EUR p.P. für das Buffet. Bei Buchung bis 15. Oktober wird eine Person vom Hotel zum Essen inklusive Aperitif eingeladen. Im Mercure Biedermeier Wien kommt ein Weihnachtsbuffet auf 39 EUR pro Person. Gefeiert wird im Kellergewölbe oder im Wintergarten der Sünnhof-Passage. Mercure lädt bei einer Buchung zum Punschempfang ein.

HRG organisiert Weihnachtsfeier

Das HRG Events & Meetings Management hilft nicht nur bei der Gestaltung und Organisation maßgeschneiderter MICE-Veranstaltungen, sondern auch bei jener firmeninterner Weihnachtsfeiern. Vor allem für Wien gibt es kreative Ideen – etwa eine Veranstaltung mit Theaterstück im Schloss Schönbrunn mit anschließendem Ball in der Orangerie oder kaiserlichem Dinner im Kaiserpavillon. Kontakt: Astrid Binder, astrid.binder@hrg-worldwide.com.

Weingut Hillinger

Ein Fest für die Sinne

Ein Event in der Kellerei Hillinger in Jois im Burgenland ist ein Fest für die Sinne: Wir entführen Sie in das Universum des Schauens, des Riechens und des Schmeckens. Erleben Sie das Werden des Weins – vom Rebstock über die Traubenverarbeitung bis hin zum fertigen Meisterwerk.



Im Rahmen unserer Führungen und Seminare gewähren wir Ihnen unmittelbaren Einblick in eine faszinierende Welt: Erleben Sie die spannende Architektur unserer hochmodernen Kellerei, lustwandeln Sie durch unsere Weingärten, kosten Sie sich durch unser Weinsortiment und lernen Sie viel Wissenswertes rund um den edlen Rebensaft.

Feiern Sie Ihren Event im repräsentativen Rahmen des Weinguts Hillinger!

Unsere Verkostungs-Lounge lässt in punkto Komfort und Präsentationstechnik keine Wünsche offen. Lounge und Barrierebereich sind mit modernster Multimediantechnik ausgestattet und können gebäudeübergreifend und einfach bedient werden.



Advertorial

Gerne organisieren wir auch das Rahmenprogramm (DJ, Live-Musik, Weinseminar, Show-Einlagen, etc.) und sorgen für die passende kulinarische Versorgung. ❖

Miete der Räumlichkeiten pro Tag:
Preis nach Anfrage

Ausstattung: Multimediasystem,
Head-Set, Mikros, DJ-Pult

Leo Hillinger GmbH

Marina Müller, Marketing & Event Manager
Telefon: +43 / 2160 / 83 17 14
Fax: +43 / 2160 / 83 17 17
E-Mail: m.muellner@leo-hillinger.com



Beflügelte Meetings

Foto: Flughafen München



Tagen am Airport spart Zeit und Geld – im Bild das Munico am FH München

Effizienz ist mehr denn je gefragt und wenn auch die generelle Wirtschaftslage wieder positive Tendenzen zeigt, steht bei vielen Unternehmen das in Krisenzeiten verstärkte Kostenbewusstsein weiterhin im Vordergrund. Dass aber Meetings völlig eingespart und durch Videokonferenzen ersetzt werden können, ist nur in einzelnen Fällen praktikabel. „Zusammentreffen ist ganz wichtig“, betonte auch Keynote-Speaker Rudolf Taschner im Rahmen der kürzlich abgehaltenen Fachtagung ABTD in Wien (*mehr dazu ab Seite 2*).

Es gilt also die Prämisse, mit möglichst wenig Aufwand den bestmöglichen Erfolg zu erzielen. Der Flughafen ist für Meetings und Tagungen vor allem wegen seiner günstigen Verkehrslage attraktiv. Gut erreichbar, logistisch effektiv und modern ausgestattet. Kommen die Teilnehmer aus verschiedenen Destinationen und Richtungen, stellt sich der Flughafen geradezu als ideale Location dar: Aus dem Flieger geht es direkt in den Seminarraum. Transfers oder Parkprobleme bleiben erspart. Für Teilnehmer aus der Nähe, die dennoch mit dem PKW anreisen, bieten die Flughafenbetreiber und ihre Partner meist gesonderte Lösungen. Flughafenhotels verfügen durchwegs über eigene Parkplätze bzw. Garagen und bieten zudem meist kostenlosen Transport ab/bis Terminal. Ein weiterer Vorteil von Meetings am Flughafen ist die maximal verfügbare Zeit vor Ort, da keine langen Wegzeiten zu berücksichtigen sind und so Tagesrand-Veranstaltungen geplant werden können. Kosten für Hotelnächtigungen fallen weg.

Die österreichischen Lösungen

Der **Flughafen Wien** als Drehscheibe zwischen West- und Osteuropa bietet sich als Treffpunkt für internationale Meetings und Konferenzen an. Das direkt gegenüber der Ankunftshalle gelegene NH Vienna Airport Hotel bietet ein Kon-

ferenz- und Veranstaltungszentrum mit einer Gesamtfläche von 2.000m² und 21 Konferenzräumen, sowohl im Hotel selbst, als auch im benachbarten WTC-Building. Die Räume verfügen teilweise über Tageslicht und sind individuell kombinierbar. Die maximale Kapazität liegt bei 550 Personen. Ergänzt wird die Einrichtung mit einem Ausstellungs- und Pausenfoyer inklusive Business Center und der Rezeption.

Der **Flughafen Linz** verfügt über mehrere Konferenzräume zwischen 44 und 150m². Auf Wunsch können eine gastronomische Betreuung und Konferenzgeräte dazugebucht werden. Betrieben werden die Räume von der Airst Restaurant- und Hotel Betriebsgesellschaft mbH.

Der **Salzburg Airport** bietet im 1. Stock des Terminal 1 zwei Meetingräume für jeweils 20 Personen sowie das „Dachcafé“ für ca. 40 Personen, betrieben von Airst. Mit weit größeren Kapazitäten wartet der **amadeus terminal 2** auf: Es ist Europas erster Flughafen terminal, der sich auch als Eventlocation präsentiert. Die Location eignet sich sowohl für Produktpräsentationen als auch für Mitarbeiter- oder Kundenveranstaltungen unterschiedlicher Größenordnungen. Mit Kapazitäten für bis zu 1.700 Personen, zahlreichen technischen Raffinessen, eigener Künstlergarderobe und Cateringbereich beeindruckt die Location zusätzlich durch ihre 600m² große Glasfront mit Blick auf das Flughafenleben und die Salzburger Bergwelt.

Der **Flughafen Graz** punktet mit flexiblen und innovativen Lösungen: Die Konferenzräume liegen zentral im 1. Stock des Abflugterminals und sind barrierefrei erreichbar. Es gibt vier Räume mit unterschiedlicher Ausstattung, die mit Hilfe von flexiblen Trennwänden je nach Anforderung miteinander kombiniert werden können und bis

Flugs zum Meeting, zentrale Location und kurze Wege sind gefragt, denn Zeit ist Geld und die Budgets knapp bemessen. Was liegt näher, als geschäftliche Besprechungen in Flughafennähe abzuhalten? Viele Airports haben in den letzten Jahren in den Ausbau ihrer Tagungszentren investiert, so können Meetings und Konferenzen direkt innerhalb des Flughafenbereichs stattfinden. **tma** gibt einen Überblick, national und international.

zu 300 Gästen Platz bieten. Die Aussichtsterrasse vor den Konferenzräumen eröffnet einen Panoramablick über die Start- und Landebahnen. Direkt angrenzend befindet sich das Restaurant, wo Airst je nach Wunsch Fingerfood oder Buffets zubereitet. Kostenfreies WLAN, verschiedene Shoppingmöglichkeiten und weitere gastronomische Betriebe runden das Angebot ab. Als extravagante Location für Großveranstaltungen steht ein Hangar mit einer Veranstaltungsfläche von bis zu 1.500m² bereit.

Ein Blick auf internationale Airports

Paris – Roissy Charles de Gaulle: Mit der Eröffnung des internationalen Flughafens Charles de Gaulle im Jahre 1974 begann der kleine Ort Roissy-en-France seine dynamische Entwicklung zu einem der größten Hotelzentren der Pariser Region. In mehr oder weniger unmittelbarer Umgebung des Flughafens befinden sich heute über 20 Hotels mit insgesamt rund 5.000 Gästebetten, größtenteils in der Vier-Stern-Kategorie. Die meisten Hotels verfügen über ein komplettes Bankett- und Seminar-Angebot; insgesamt zählt die Stadt 125 voll ausgestattete Veranstaltungsräume und präsentiert sich damit als attraktive Destination für den Geschäfts- und Konferenztourismus.

Eine der beliebtesten Locations ist das erst kürzlich renovierte **Hilton Paris Charles de Gaulle Airport**. 25 Meetingräume zur flexiblen Nutzung für 2 bis 850 Personen stehen für tagungsreudige Gäste parat. Mit dem kostenfreien Shuttle-Service ist das Hilton Paris Airport vom Flughafen aus in fünf Minuten zu erreichen. Als Orientierungshilfe im riesigen Flughafengelände Chales de Gaulle und der weiteren Umgebung hat das Fremdenverkehrsbüro Roissy einen Online-Infoservice erstellt: www.hotels-roissy-tourisme.com, für Smartphone-User: <http://roissy-france.mobi/>.



Der Flughafen Frankfurt ist Europas Wirtschaftshub – er bietet 180 Konferenz- und Tagungsräume

Der **Frankfurt Airport** ist zentraler Verkehrsknotenpunkt und zugleich tonangebende Wirtschaftsmetropole Europas. 180 Konferenz- und Tagungsräume gibt es in der Frankfurt Airport City. Besonders zentral liegt das Airport Conference Center der Fraport AG, direkt gegenüber dem Terminal 1. Insgesamt 36 Räume mit Kapazitäten für 2 bis 180 Personen stehen zur Wahl. Ebenfalls direkt von Terminal 1 zugänglich ist das Sheraton Hotel Towers Conference Center und das neue Eventzentrum Sky Loft. Weitere Meeting-Möglichkeiten bieten ein Hilton und ein Garden Inn im neuen Airrail-Center, mit direkter Anbindung zum Terminal 1.

Berlin/Tegel: Mitten im Terminal stehen derzeit sieben flexible Veranstaltungsräume mit unterschiedlichen Kapazitäten von 6 bis maximal 24 Personen zur Wahl. Mit der für 2012 geplanten Eröffnung des derzeit noch in Bau befindlichen Berlin Brandenburg Airport in Schönefeld sind neue Einrichtungen und Technologien für den Geschäftsreiseverkehr mit weiteren Möglichkeiten geplant.

Düsseldorf: Gleich vier Tagungsanbieter gruppieren sich in und

um den Flughafen Düsseldorf. Das Wöllhaf-Konferenzcenter befindet sich im Airport Terminal B, auf der Galerieebene 3. Die Räume fassen bis zu 300 Personen. Für Events größerer Dimensionen stehen 3900m² des „Station Airport“ im Fernbahnhof des Flughafens parat. In unmittelbarer Nähe und direkt angebunden sind weiters das Sheraton Düsseldorf Airport Hotel und das Maritim Hotel Düsseldorf.

München verfügt über mehrere außergewöhnliche Locations am Flughafen Riem und in der Umgebung. Eine bauliche Augenweide ist das vom deutsch-amerikanischen Stararchitekten Helmut Jahn entworfene Kongresszentrum Municon im Herzen des Flughafens. Aus luftiger Höhe bietet sich durch großzügige Fensterfronten ein beeindruckender Blick. Je nach Bedarf gibt es geeignete Räume für bis zu 10.000 Personen, großteils mit Tageslicht und samt modernster Technik. Alternativ gibt es Airporthotels wie das Novotel München Airport mit acht Tagungsräumen. Das Kempinski Hotel Airport München auf dem Flughafengelände bietet Tagungsräume von 20m² großen Suiten für Besprechungen bis zum 485m² großen Ballroom. *MS* ❖



Von Seminar bis Großevent

Mit einmaligem Flair bietet der Flughafen Graz den optimalen Rahmen für Ihre Veranstaltungen

Das flexible Konferenzzentrum am Flughafen Graz bietet Platz für Seminare und Veranstaltungen mit bis zu 300 Gästen. Eine besondere und unvergleichliche Atmosphäre schafft dabei der direkte Blick aus allen Räumen auf das Fluggeschehen.

Airport-Feeling für Großevents

Für besondere Events steht ein Hangar mit einer Veranstaltungsfläche von bis zu 1.500 m² zur Verfügung. Ob Firmenevent, Produktpräsentation oder Galaabend – die außergewöhnliche Architektur verbunden mit Flughafen-Flair garantieren ein einzigartiges Erlebnis, das in Erinnerung bleibt!

Spitzengastronomie

Für das leibliche Wohl während der Konferenzen oder Veranstaltungen wird natürlich bestmöglich gesorgt: Der Cateringprofi Airst übernimmt gerne die Planung des kulinarischen Rahmens.



Information zu den Flughäfen

Flughafen

Wien
Linz
Salzburg
Graz
Paris
Frankfurt
Berlin
Düsseldorf
München

Internet

www.viennaairport.com
www.flughafen-linz.at
www.salzburg-airport.com
www.flughafen-graz.at
www.aeroportsdeparis.fr
www.frankfurt-airport.de
www.berlin-airport.de
www.duesseldorf-international.de
www.munich-airport.de

Weitere Informationen und Preise unter:
Tel.: +43 316 2902-322
konferenzen@flughafen-graz.at
www.flughafen-graz.at

Ein Unternehmen der
HOLDING

GRAZ

Im Web sind immer Zimmer frei



Foto: istockphoto.com

Verzweifeltes Suchen nach einem Zimmer hat ein Ende, wenn man privat buchen will

Zur Jahrtausendwende gab es das erste Portal, auf dem registrierte Mitglieder auf einer Couch/einem Bett eines anderen Mitglieds übernachten konnten. Kostenlos. Richtig abgehoben hat Couchsurfing 2006, zwei Jahre später gab es auch das erste kommerzielle Angebot – bei Airbnb (Airbed & Breakfast) wurden nicht Couches, sondern Wohnungen, Häuser, ganze Anwesen vermietet. Ob Baumhaus, Insel, toskanische Villa, Leuchtturm, Floß, Schloss oder Baukran – heute gibt es praktisch keine Quartier-Art, die man über die Plattformen nicht mieten kann.

Das Original

Airbnb ist sozusagen das Original unter den „Betten-Portalen“. In den USA 2008 gegründet, wurden bis dato etwa zwei Millionen Buchungen abgewickelt, derzeit sind es etwa 200.000 pro Monat. Jede bedeutet einen Umsatz von durchschnittlich 40 USD, 10% davon kassiert Airbnb als Provision. Derzeit werden auf Airbnb 16.000 Städte in fast 190 Ländern angeboten. Für viele Wohnungs- und auch Hausbesitzer sind die Plattformen eine gute Möglichkeit, mit einem freien Zimmer, einer leer stehenden Wohnung oder einem nur sporadisch bewohnten Zweitwohnsitz Geld zu verdienen. Wie auch bei Hotelsuchmaschinen kann man diese Privatunterkünfte nach verschiedensten Kriterien (Zeitraum, Land, Stadt, Preis, Ausstattung) durchsuchen und gleich online mieten. Bezahlen kann man entweder mit Kreditkarte oder PayPal. Vom Mietpreis kassiert Airbnb zwischen 6 und 12% Provision.

Die Klone

Seit Airbnb haben viele Vermittlungsplattformen das Licht des Webs erblickt, Airbnb hat zwar das deut-

sche Portal Accoleo übernommen, dennoch gibt es mit Myfriendshotel, Airizu oder seit Frühjahr 2011 9flats und Wimdu, noch einige neue Klone, die ernsthafte Konkurrenten geworden sind. Investoren sind aber nach wie vor auch vom Original überzeugt. Erst am 21. September wurde bekannt, dass sich der deutsche Springer-Verlag mit 70 Mio. USD an Airbnb beteiligen will. Mittlerweile wird der Wert des Portals auf etwa 1,5 Mrd. USD geschätzt.

Der Unterschied der Portale liegt im Geschäftskonzept und bei den Hintermännern – 9flats.com wurde in Hamburg von Qype-Gründer Stephan Uhrenbacher gegründet, derzeit hat man 20.000 Objekte im Portfolio. Erreichen will man vor allem die europäische Klientel und bietet deshalb auch Affiliate-Programme an. Bei Wimdu.com (Berlin) sind die deutschen Samwer-Brüder beteiligt, und die sind keine Unbekannten im Web-Business – Marc, Oliver und Alexander Samwer waren bis Februar dieses Jahres Teilhaber bei Facebook und haben ihre Anteile, die sie 2008 erworben hatten, lukrativ verkauft. Der Unterschied von Wimdu zu Airbnb – es gibt ein Netz an Niederlassungen, sprich Lokalbüros. Derzeit sind es 15, mittelfristig sollen es bis zu 30 werden.

Check für den Vermieter

Vom Prinzip her unterscheidet sich Wimdu.com kaum von den anderen, bei Wimdu setzt man auf den persönlichen Kontakt: Will jemand sein Domizil anbieten, so wird er vom zuständigen Büro telefonisch oder per E-Mail kontaktiert. Damit werden zum einen die Seriosität gecheckt, zum anderen aber auch Tipps gegeben – was der Online-Vermieter bei der Beschreibung beachten soll, wie

er ein Foto hochladen kann. Sollte er keines haben, wird auf Wimdu-Kosten ein Fotograf – kostenlos für den Vermieter – vorbeigeschickt. Die Bezahlung erfolgt bei Wimdu vorab, der Vermieter erhält das Geld 14 Stunden nach dem Check-In.

Eine schöne Wohnung kostet im Schnitt 30 bis 60 EUR pro Tag, die günstigsten Angebote rangieren zwischen 10 und 20 EUR. Es gibt auch Unterkünfte für Gruppen, die 100 bis 300 EUR kosten. Die Preise sind abhängig davon, in welcher Stadt man eine Unterkunft sucht – die Vereinigten Staaten, etwa New York, seien teurer als Europa. Aus Wien gibt es jetzt etwa 120 Angebote, auf 500 bis 1.000 will man kommen. Auch Salzburg, Innsbruck und die heimischen Skiregionen will man ins Angebot aufnehmen.

Wimdu behält sich 15% Provision ein, 3% davon stammen vom Gastgeber, 12% bezahlt der Gast. Ein Beispiel: Wird auf dem Portal eine Wohnung mit 112 EUR angepriesen, so gehen 97 EUR an den Gastgeber. Eine Versicherung ist bereits in den Kosten integriert. Ihre Konkurrenten kennen die Plattform-Betreiber ganz genau – die Hotellerie. „Ich hoffe, dass wir ihnen ein bis zwei Prozent ihres Geschäfts wegschnappen“, sagt Wimdu-Geschäftsführer Christopher Oster. Das halten die Geldgeber jedenfalls für möglich, denn Wimdu hat es – obwohl als Airbnb-Klon bezeichnet – geschafft, 90 Mio. USD aufzutreiben, mit denen die globale Expansion vorangetrieben wird. Allein der europäische Hotelleriemarkt ist geschätzte 250 Mrd. USD schwer. ♦

Gerald Reischl/

Chefredakteur von futurezone.at



Tipps für Ver- und Mieter

Was sollten Mieter beachten?

Unterkunfts-Plattformen sind eine gute Möglichkeit, Urlaub bei Einheimischen zu machen und gleichzeitig fremde Kulturen hautnah mitzerleben. Privatunterkünfte sind kein Hotelaufenthalt. Vor der Buchung sollte man den Vermieter kontaktieren, um die wichtigen Details zu besprechen – Schlüsselübergabe, Ausstattung, Hausregeln oder Internetzugang. Wie auch in der Hotelbranche üblich, kann der Vermieter nach dem Aufenthalt bewertet werden, um Nachmietern eine Orientierungshilfe zu geben.

Was sollten Vermieter beachten?

Für offene, tolerante Menschen sind die Plattformen eine Möglichkeit, zusätzlich Geld einzunehmen. Da man bewertet wird, sollte man bei der Beschreibung sehr ehrlich sein und keine geschönten Bilder ins Angebot stellen. Bei den Preisen sollte man sich zum einen an Quartiere in der eigenen Stadt/Umgebung orientieren oder – wenn es sich um ein ausgefallenes Objekt handelt – an der Exklusivität (Bsp. Leuchtturm) des Domizils.



Versicherung

Wichtig ist in jedem Fall, dass Vermieter/Mieter eine Versicherung abschließen. Damit ist man gegen Beschädigungen versichert. Bei Wimdu ist die Versicherung in der Miete inkludiert, 9flats.com verrechnet 12,50 EUR pro Buchung (derzeit kostenlos), Airbnb bietet nach zwei Fällen, bei denen Wohnungen von Airbnb-Nutzern verwüstet wurden, automatisch einen Eigentumsschutz von bis zu 50.000 USD an.

Abta-Sommerausklang per Bahn

Foto: Elisabeth Zöckl



Anfang September genossen rund 50 Gäste den Abta-Sommerausklang mit einer Fahrt im ÖBB-Nostalgiesitzwagen nach Petronell/Carnuntum zur Niederösterreichischen Landesausstellung. Der Abend endete nach einer Führung mit römisch-kulinarischen Schmankerln und guten Gesprächen. Im Bild: Abta-Präsident Hanno Kirsch als Zugführer

Chapman-Freeborn flog nach Malta

Foto: Mira Jeschke



Nach Malta lud ein österreichischer Mobilfunkanbieter heuer seine 150 Topseller, geflogen wurde mit dem Charterbroker Chapman-Freeborn. Die Linzer Agentur Eventwerkstatt organisierte das exklusive Event, das im Zeichen der „Suche nach der Pink Pearl“ stand. Maltesische Ritter und Piraten, eine Schatzsuche in der Altstadt Mdina sowie eine Wasserschlacht gestalteten den erfolgreichen Ausflug

impresum

t.m.a. - travel management austria

Medieninhaber: Profi Reisen Verlagsgesellschaft m.b.H. | A-1030 Wien, Seidlgasse 22 | Tel.: +43/1/7142414, Fax: 7142414-4 | **Gründer:** Rainer Pilcik †, Mag. Elo Resch-Pilcik | **Chefredakteurin/ Herausgeberin:** Mag. Elo Resch-Pilcik (ERP) | **Chef vom Dienst:** Dr. Maria Schoiswohl | **Redaktion:** Mag. Christiane Reitshammer (CR), Dr. Maria Hohenau (MH), Dieter Putz (DIPU), Verena Kosnar (VK), Dr. Maria Schoiswohl (SAM), Mag. Maria Scheucher (MARS), Janin Nachtweh (JN), Petra Lindinger (PL), Sandra Zurek (SZ), Mira Jeschke (MJ), Martha Steszl (MS), Mag. Maria Ramsauer (MR), Christian Pöchlhammer (CP), Susanna Hagen (SH), Richard Röder (RÖ) | **Redaktionsassistentin:** Maria Drake | **Geschf. Gesellschafterin:** Mag. Elo Resch-Pilcik | **Controlling:** Caroline Svadlenak-Drake | **Layout, Grafik & Bildbearbeitung:** Michael Demetler | **Web Master:** Franz Paul (FP) | **Lektorat:** Christl Resch | **Druck:** Druckerei Bösmüller, Wien-Stockerau | **Versand:** www.hotspotmail.at | tma erscheint 6x jährlich, tip erscheint wöchentlich (50x/Jahr) ausschließlich im Abonnement | **Internet:** www.profreisen.at, www.tma-online.at, www.tip-online.at | **e-mail:** office@profreisen.at

ROBERT RIEB

/ HRG Austria



IM PORTRÄT

Er ist seit 1. April 2011 Head of Sales & Client Management bei HRG Austria. Handschlagqualität und Nachhaltigkeit sind ihm besonders wichtig. Die Rede ist von Robert Rieb, seit über 20 Jahren in der Tourismusbranche tätig, mit Stationen bei der AUA, Lauda Air und Mondial GmbH. Im **tma**-Porträt verrät er ein wenig über sich und seine Arbeit bei HRG Austria.

Sie sind seit einem halben Jahr bei HRG – was waren Ihre größten Erfolge bisher?

Die schnelle Akzeptanz im Team und das tolle Feedback von der Kundenseite.

Was haben Sie sich bis Jahresende noch vorgenommen?

Extrem viel. Ab Oktober gibt es ein neues, vollständiges Sales-Team. Da steht die Aufgabenverteilung und Neuaufstellung an sowie die extrem wichtige Stammkundenpflege, aber natürlich auch Neuaquisitionen. Dann möchte ich diverse Ausschreibungen positiv zum Abschluss bringen, einfach einen möglichst perfekten Job machen. Und so ganz „nebenbei“ bis Ende Herbst meine Diplomarbeit für mein MBA-Studium fertig schreiben.

Wo sehen Sie Ihre besonderen Stärken?

Offen und ehrlich auf Menschen zuzugehen und ihnen auch zuzuhören.

Jeder Mensch hat auch Schwächen – wo liegen Ihre?

Zu viel in zu kurzer Zeit von sich selbst zu erwarten.

Auf welchem Flughafen liegt Ihre Lieblingslounge?

Da ich möglichst knapp zum Abflug an den Flughafen komme, bin ich kein „Lounge-Genießer“.

Ein Businesshotel, das Sie besonders schätzen?

In absolut guter Erinnerung ist mir das Harry's Home in Dornbirn geblieben.

Rieb privat. Wo waren Sie heuer auf Urlaub?

Auf einem Kinderbauernhof in Roseggers Waldheimat. (Anm.: Krieglach in der Steiermark)

Wie entspannen Sie am besten?

Entspannen, entspannen, entspannen ... dieses Wort habe ich schon irgendwann einmal gehört.

Ihr Lebensmotto?

Behandle Menschen so, wie Du gerne behandelt werden willst

Steckbrief

Familienstand: geschieden

Geburstag: Summer of '69

Sternzeichen: Krebs

Lieblingsfarbe:blau

Lieblingsbuch: Gut gegen Nordwind von Daniel Glattauer

Lieblingsbeschäftigung: die spärliche Zeit mit meinen Liebsten verbringen

Lieblingsreiseziel: Einige. Würde aber Santorin, Barcelona und die Berge in Österreich hervorstreichen. Und wenn man einmal dort ist/war, dann absolut und immer wieder Wien.



AirPlus

Unterm Strich effizienter.

Geschäftsreisen bedeuten Zeit und Geld. AirPlus bietet Ihrem Unternehmen optimale und vor allem effiziente Lösungen, um von der Buchung bis zur Abrechnung die Kosten und den Aufwand entscheidend zu senken. Machen auch Sie Ihre Geschäftsreisen unterm Strich effizienter:

www.airplus-btm.at