Januar/Februar 2021
Heft 1, Jahrgang 15

ISSN: 1865-5130 € 13,– 76592

hotelbau

FACHZEITSCHRIFT FÜR HOTELIMMOBILIEN-ENTWICKLUNG

FASSADEN MIT MEHRWERT

Hotelmarkt Wien • Moxy Hamburg • Premier Inn Hamburg • Leonardo Dortmund

Bild: Marriott International

Gitta Brückmann, Market Vice President Austria, Germany, Switzerland, Marriott International.

Bild: Radisson Hotel Group

Holger Herrmann, Regional Director Germany & Netherlands, Radisson Hotel Group.

Bild: JOI-Design

Sabrina Voecks, Creative Director und Partnerin, JOI-Design.

KONFERENZEN, CORONA & CO.

MICE-Try

Der Versuch, das MICE-Geschäft mit Hygienekonzepten rudimentär wieder in Gang zu setzen, war vorerst leider nicht mehr als ein „nice try": Die Infektionszahlen haben Treffen wieder digitalisiert. Doch mit welchen Maßnahmen haben sich Hotelgesellschaften gewappnet und wie wird Corona das MICE-Geschäft sowie die Planung von Eventflächen verändern? hotelbau hat nachgefragt bei Marriott, Radisson und JOI-Design.

Corona hat die Veranstaltungswelt auf den Kopf gestellt. Welche Maßnahmen haben Sie ergriffen, um nach der ersten Welle wieder eine Chance auf Events zu haben?

Gitta Brückmann (Marriott): Wir haben im April 2020 das Global Cleanliness Council ins Leben gerufen, das sich aus internen und externen Experten aus den Bereichen Gastgewerbe, Epidemiologie, Sanitäranlagen sowie Gesundheits- und Hygieneschutztechnologie zusammensetzt. Es ermittelt wissenschaftlich gestützte, bewährte Verfahren und Innovationen zum Schutz der Gesundheit von Mitarbeitern sowie Gästen und setzt diese um. Überdies haben wir neue Reinigungsvorschriften und -technologien eingeführt (z. B. elektrostatische Sprühgeräte in öffentlichen, hochfrequentierten Bereichen) sowie Richtlinien für Meetings unter Einhaltung geltender Abstandsregelungen und neue F&B-Richtlinien.

Anm. d. Red.: Diese Interviews wurden noch vor der zweiten Corona-Welle geführt.

Zudem setzen wir Technologien ein, mit denen sich Gäste auf ihren Besuch bei uns vorbereiten können, z. B. Mobile Key und Mobile Chat über die Marriott Bonvoy App. Darauf zielt auch Marriott Bonvoy Events ab. Die digitale Meeting-&-Event-Plattform haben wir entwickelt, um die mit den neuen Hygiene- und Sicherheitsmaßnahmen definierten Prozesse und umgestalteten Räumlichkeiten darzustellen sowie Veranstaltungsplaner und -teilnehmer bei der Planung und Durchführung von Events zu unterstützen. Organisatoren haben Zugriff auf neue Materialien wie z. B. ein Informationsvideo oder Erfahrungsberichte zur Gestaltung erfolgreicher Events unter aktuellen Gegebenheiten. Überdies haben wir eine Reihe MICE-orientierter Maßnahmen implementiert, wie etwa mobiler Check-in, Veranstaltungsregistrierung und Badging sowie virtuelle Meetings über Live-Streaming-Funktionen. Und wenn möglich, nutzen wir Außenterrassen und Gastrobereiche, um mehr Platz zu generieren.

Holger Herrmann (Radisson Hotel Group): Ähnlich lief das bei der Radisson Hotel Group ab. Wir haben uns sehr früh mit dem Inspektions- und Zertifizierungsunternehmen SGS zusammengetan, um das Radisson Hotels Safety Protocol umzusetzen. Es umfasst 20 strenge Hygienemaßnahmen für den Hotelbetrieb und weitere zehn speziell für Events. Zudem bringt Radisson im Segment für Geschäftsreisen sowie Meetings und Events zwei Konzepte auf den Markt, die das Abhalten von Veranstaltungen einfacher und effizienter machen sowie die neuen Erwartungen und Bedürfnisse der Kunden erfüllen. Unser neues Hybrid-Rooms-Konzept kombiniert dabei die Einrichtung eines hochmodernen Büros mit dem hohen Komfort eines Hotelzimmers, um einen produktiven, engagierten und ruhigen Arbeitsplatz für Geschäftsreisende zu schaffen. Das Konzept bietet u. a. eine einfache Verbindung zu Geräten mit zweitem Bildschirm, Videokonferenzfunktionen, kabelloser Tastatur, Maus und Lautsprecher sowie Druckdiensten. Und mit Hybrid Meetings kombinieren wir persönliche und virtuelle Geschäftsbegegnungen und bieten u. a. ein zuverlässiges Bild-, Ton- und Videokonferenzsystem mit zwei Bildschirmen und eine Hochgeschwindigkeits-Internetverbindung. Hierzu haben wir uns mit dem Anbieter für Unternehmensvideokommunikation Zoom zusammengetan, um Kunden die Möglichkeit für virtuelle und hybride Meetings zu eröffnen. Speziell ausgebildete Veranstaltungsteams unterstützen die Gäste bei der Durchführung, um sicherzustellen, dass das Event effizient und fehlerfrei ausgeführt werden kann. Großveranstaltungen erfordern Räume mit viel Platz und diese Nische bedienen wir an wichtigen Standorten wie z. B. Berlin, Frankfurt, Köln und Hamburg.

Was bedeutet das für „Vorbereiche" wie Pausenzonen?

Brückmann: Mahlzeiten und Pausen finden in Bereichen, in denen die geltenden Abstandsregelungen eingehalten werden können und die eigens für die Veranstaltung und ihre Teilnehmer reserviert sind, statt. Das verhindert eine Vermischung mit anderen Gruppen. Die Buffets wurden dahin gehend geändert, dass sie über Servicepersonal, Schutzschilde, Handdesinfektion und Warteschlangenmanagement verfügen.

Wo lagen und liegen die größten Herausforderungen?

Herrmann: In den unterschiedlichen Richtlinien und Einschränkungen der Länder, die teils Meetings zulassen, die in einem anderen Bundesland wiederum untersagt sind. Es gibt auch deutliche Unterschiede, was die Teilnehmerzahl betrifft. Hier wäre eine einheitliche, deutschlandweite Regelung wünschenswert. Was andere Aspekte anbelangt: Im Kern haben wir Kunden schon vor Corona moderne Meetingräume mit verlässlicher, inkludierter Highspeed-Internetverbindung sowie Technologien wie digitale Flipcharts oder interaktive Multipads mit großen Touchscreens offeriert. Anforderungen, die jetzt darüber hinausgehen, setzen wir meist mit Technikpartnern wie KFP Five Star Conference Service um.

Brückmann: Die Maßnahmen zur Einhaltung der Abstandsregeln waren recht einfach umzusetzen, die erweiterten Hygienerichtlinien erforderten umfangreiche Mitarbeiterschulungen. Die große Herausforderung ist, die Situation und Regelungen, die sich immer wieder ändern, kontinuierlich zu beobachten, schnell zu reagieren und neue Bedingungen manchmal mit einer Vorlaufzeit von nur wenigen Tagen umzusetzen sowie sicherzustellen, dass Kunden und Mitarbeiter wissen, was operativ erlaubt ist. Man ist immer bestrebt, innerhalb seines Portfolios das bestmögliche Erlebnis zu bieten, gleichzeitig müssen wir auf die einzigartigen Anforderungen dieser Zeit eingehen. Dabei darf die menschliche Note aber nicht verloren gehen. Während wir für einige Hotelbereiche, z. B. beim Check-in für Veranstaltungen, technologische Maßnahmen nutzen können, müssen wir persönliche Gesten, die bei der Durchführung von Events eine große Wirkung haben, beibehalten.

Wird Corona das MICE-Geschäft verändern?

Brückmann: Mit Sicherheit. Und die deutsche MICE-Branche, die 2019 einen Rekord aufgestellt hat, wird die Auswirkungen von Covid-19 noch lange spüren. Hygienevorschriften, Teilnehmerzahl/-dichte und Catering werden eine tragende Rolle spielen. Unabhängig von der Dauer der Pandemie dürften ihre Auswirkungen den Trend zu alternativen Formaten weiter verstärken und die Veranstaltungsorte zu neuen Ansätzen ermutigen, z. B. kreative Sitzordnungen, neue Raumkonzepte, technische Innova-

Bild: Marriott International

Das Westin Grand München hat ein voll ausgestattetes TV- und Streaming-Studio im Ballsaal eröffnet, um neue Live-Streaming-Möglichkeiten für klassische, digitale oder hybride Events zu veranschaulichen. Von hier aus können Veranstaltungsformate in die ganze Welt übertragen werden. Die Multi-Location-Optionen des Hotels ermöglichen zudem individuelle Eventkonzepte. Präsenzteilnehmer können mit anwesenden Kollegen sowie denjenigen vor Bildschirmen in Verbindung treten. Ein Kamera- und Technikteam gewährleistet eine störungsfreie Übertragung.
Im Ballsaal finden bei Einhaltung der Abstandsregeln bis zu 160 Gäste Platz. Bestuhlungs-, Wege-, Hygienekonzepte und F&B-Angebot werden individuell angepasst.

tionen oder neue Dienstleistungen. Elementar bleibt das Engagement rund um Hygiene und Sauberkeit. Zudem sind vorerst flexible Stornierungsregelungen nötig. Letztlich erfolgreich sein wird, wer anpassungsfähig ist. Aber die Menschen werden wieder reisen wollen und die Nachfrage nach Events wird zurückkehren – zunächst wahrscheinlich in kleinerem Umfang und näher am Heimatort bzw. Firmensitz, aber im zweiten Schritt kommen wieder größere, internationale Veranstaltungen.

Herrmann: Das ist eine herausfordernde Zeit für alle, aber wir werden auch gestärkt zurückkehren. Ein Schlüsselinstrument für die Wiederbelebung unseres Geschäfts wird Technologie sein und fast jeder künftige Aspekt wird eine digitale Komponente haben. In den letzten Monaten haben Unternehmen beschleunigt Technologie eingeführt und auch wir haben 2020 erneut in unsere Systeme investiert sowie die digitale Infrastruktur erweitert. Es wird immer einen Bedarf an physischen Besprechungen geben, aber Geschäftstreffen werden zu einem hybriden Aufbau führen, bei dem kleinere Teams an einem Ort zusammenkommen und sich per Videokonferenz mit anderen verbinden. Das ist eine große Chance.

Wie beurteilen Sie die Zukunft des MICE-Geschäfts aus Planersicht, Frau Voecks?

Sabrina Voecks (JOI-Design): Kommunikation hat viele Formen und soziale Interaktion ist ein wesentlicher Bestandteil davon. Ohne sie funktioniert Kommunikation nur zum Teil. Das Bedürfnis, Menschen zu treffen, sich wahrhaftig in die Augen zu sehen, einen Handschlag zu geben, der Bestand hat, dieses Bedürfnis ist unumstritten und bleibt unersetzbar. Wir alle haben spätestens jetzt gelernt, dass digitale Kommunikation nicht dieselben Bindungen knüpft wie

ein reales Treffen. Was auch immer mein Gesprächsthema ist, es verläuft harmonischer, wenn ich Schwingungen und Nebenströmungen wahrnehmen kann. Dementsprechend wird es das Bedürfnis nach realen Meetings vielleicht sogar mehr geben als zuvor. Sicher werden wir aus ökonomischen und ökologischen Aspekten das Gelernte anwenden und weiterhin einige Besprechungen digital abhalten, aber die handfesten, wichtigen Themen, bei denen Verständnis und Vertrauen eine große Rolle spielen, werden immer, wenn möglich, von Mensch zu Mensch besprochen.

Welchen Effekt hat all das künftig auf die Planung und Konzeption von Veranstaltungsräumen?

Voecks: Ich denke, dass wir Veranstaltungen künftig auch bezogen auf Jahreszeiten planen. Große Veranstaltungen wird es dabei generell etwas weniger geben und sie werden eher in die Sommermonate wandern, um viel des Formats und des Networkings draußen stattfinden lassen zu können. Innerhalb der Gebäude existiert weiterhin ein Bedarf an sehr großen „Giga-Flächen", um innerhalb des Raums flexibel auf sich verändernde Gesundheitssituationen reagieren zu können. Hybridformate und Online-Möglichkeiten schmälern diesen Bedarf allerdings. Zudem wird es künftig vermehrt kleinere Räume geben, die vertrauensbildend sind und eine gesunde Balance zu den digitalen Meetings geben. Wenn wir einiges an Kommunikation in Zukunft digital abhalten werden, muss die Raumgestaltung für reale Meetings ein Gefühl von Sicherheit und Geborgenheit vermitteln. Kalt und modern ist schon die digitale Welt.

Zudem haben wir die Aufgabe, einen (emotional verknüpften) Mehrwert zu gestalten, einen Ort zu schaffen, der die Differenz von Ökologie und Ökonomie auflöst, da es nicht vergleichbar ist. Der Grund, einen physischen Ort zu besuchen, muss stark sein. Wichtige Themen sind hierbei Teambuilding, Designhighlights, die unvergleichliche Momente schaffen, Kommunikationsart sowie Arbeitsweisen und -tools. Wer Anreize schaffen will, dass seine Flächen gebucht werden, muss kreatives Arbeiten mit Tools ermöglichen, die der Gast im Büro oder zu Hause nicht hat, z. B. digitale Whiteboards, die mit Gestensteuerung funktionieren, sich abfotografieren und mit Informationen aus dem Server verarbeiten lassen.

Sandra Hoffmann

Neben strengen Hygienemaßnahmen setzt Radisson in Corona-Zeiten auf zwei Konzepte, die das Abhalten von Veranstaltungen einfacher und effizienter machen sollen: „Hybrid Rooms" und „Hybrid Meetings". Ersteres kombiniert Einrichtung und Ausstattung eines modernen Büros mit dem Komfort eines Hotelzimmers, um einen adäquaten Arbeitsplatz für Geschäftsreisende zu schaffen. Zweiteres verbindet persönliche und virtuelle Geschäftsbegegnungen. Speziell ausgebildete Veranstaltungsteams unterstützen u. a. mit einem zuverlässigen Bild-, Ton- und Videokonferenzsystem (in Zusammenarbeit mit „Zoom") Gäste bei der Event-Durchführung.

Bild: Radisson Hotel Group