

WOLFGANG WEISS, LEITER WIRTSCHAFTS-  
FÖRDERUNG DER STADT AALEN



**„ANGEBOTE MIT  
REGIONALEM BEZUG“**

> Der größte Teil der Übernachtungsgäste in Aalen sind Geschäftsreisende. Was tut eine Stadt wie Aalen dafür, dass diese Gäste auch einmal privat nach Aalen kommen oder ihren Aufenthalt für private Zwecke verlängern?

In Kooperation mit den jeweiligen Veranstaltern stellen wir Informationsmaterial zum Tourismusstandort Aalen zur Verfügung, oft werden bei mehrtägigen Veranstaltungen auch zusätzliche Angebote gemacht: der Besuch des Theaters der Stadt Aalen, des Landes Museums oder des Jazzfestes. Auch der Aalener Nachtwächter wird gerne für das Rahmenprogramm gebucht. Das macht natürlich Lust auf noch mehr Aalen. Durch gezielte Vernetzung bestehender Angebote im Bereich Tourismus, Kunst und Freizeit bieten wir zudem attraktive Möglichkeiten zur Ausgestaltung von Tagesausflügen und mehrtägigen Aufenthalten. Bei insgesamt mehr als 178.000 Übernachtungen im Jahr 2013 und einem geschätzten Anteil an Geschäftsreisenden von 70 bis 80 Prozent sehen wir hier großes Potential.

Lohnt es sich für eine Stadt wie Aalen überhaupt, das Thema Messe, Kongresse und Events aufzugreifen, wenn man im näheren Umfeld mit Stuttgart oder Ulm große Konkurrenten in diesem Bereich hat? Oder bespielt man dann besser andere Themen? Neben dem neuen Zeiss-Forum mit einem Potential von einigen zehntausend Tagungsgästen pro Jahr weist der

Standort Aalen noch weitere Potentiale im Bereich MICE auf. Insbesondere decken wir die Bedarfe unserer erfolgreichen Firmen und jenen der Wirtschaftsregion durch Tagungsmöglichkeiten in der Stadthalle oder dem Sparkassen-Forum ab und stellen hier eine erfreuliche Nachfrage fest. Dazu kam im November die neue Aula der Hochschule Aalen, die insbesondere für wissenschaftliche Tagungen optimale Bedingungen für bis zu 1.500 Teilnehmer bietet. Es lohnt sich demnach unbedingt für uns als starker Wissens- und Wirtschaftsstandort gemeinsam mit unseren Partnern eine hochwertige Tagungsinfrastruktur vorzuhalten. Standortnahe, hochwertige Angebote sind hier ein aus unserer Sicht entscheidendes Kriterium.

In Aalen finden ja Fachmessen, wie die Energetika, die Kontakto oder die Energie- und Baumesse statt. Was bringen diese der Stadt und lohnt sich der Aufwand im Hinblick auf den Ertrag? Wir achten bei der Auswahl der Angebote sehr stark auf den regionalen Bezug und bieten ausschließlich Messen an, die eine B2C-Ausrichtung haben. Die Bündelung von Informationen für die Menschen im gesamten Wirtschaftsraum Aalen und damit der Verbleib von Umsatzanteilen vor Ort durch diese Plattformen für kleinere Betriebe, das Handwerk und Dienstleistungen erfährt seit Jahren großen Zuspruch. Mit über 30.000 Besuchern etwa bei der Kontakto erreichen wir die Menschen mit unseren Angeboten und dann lohnt sich der Aufwand allemal. Die Wertschöpfung bleibt in der Region. Die positiven Rückmeldungen der Messeveranstalter und Aussteller geben uns recht.



Bild: Wolfgang Weiss und Stadt Aalen  
Wirtschaftsverb. Stadt Aalen

DIRK HETZER,  
DIRECTOR LEGALE HOTEL TUTTLINGEN



**„DAS TAGUNGSGESCHÄFT WIRD  
IMMER SCHNELLER UND KURZ-  
FRISTIGER“**

> Herr Hetzer, was macht ein gutes Tagungshotel aus?

Der erste Hinweis auf ein gutes Tagungshotel ist die schnelle Beantwortung einer Anfrage. Dies ist essentiell im heutigen Business. Der Kunde möchte von uns ein schnelles und dennoch individuelles Angebot erhalten. Darüber hinaus zeichnet sich ein gutes Tagungshotel durch eine moderne, technische Ausstattung aus, aber auch durch eine persönliche Betreuung der Tagung vor Ort. Die gute Verpflegung und der entsprechende Service wird von den Gästen als selbstverständlich vorausgesetzt. Die Kunden erwarten, dass wir individuell auf ihre Anforderungen eingehen. Hier sehe ich auch einen Wettbewerbsvorteil für kleinere Betriebe im ländlichen Raum, die mit entsprechender persönlicher Ansprache punkten können.

Sie haben sich gleich doppelt zertifizieren lassen? Warum dieser Schritt?

Unsere Geschäftsreisenden und die Tagungsgäste zählen gleichermaßen zu unseren wichtigsten Zielgruppen. Daher haben wir uns für die Zertifizierung zum „Certified Business Hotel“ und zum „Certified Conference Hotel“ entschieden, denn so kann sowohl der Bucher von Geschäftsreisen als auch der Tagungsveranstalter sicher sein, dass seine Gäste alle ihre Bedürfnisse erfüllt bekommen.

Wie bewerben Sie ihr Angebot? Welche Kommunikationskanäle nutzen Sie?

Neben unserer eigenen Website nutzen wir Online-Buchungspartnere, wie „Oxanda“, um unser Tagungsprodukt zu bewerben. Daneben ist aber auch der regionale Direktvertrieb bei den Firmen unseres Landkreises essentiell, um die Räume gut auslasten zu können. Das Tagungsgeschäft wird übrigens immer schneller und kurzfristiger. Dies gilt sowohl im Planungsprozess als auch bei den Aufenthalten vor Ort.

Das Tagungsgeschäft ist ja sehr konjunkturabhängig. Wie gehen Sie damit um?

Wir bedienen mit unseren Kapazitäten bis maximal 80 Personen hauptsächlich das Segment der Seminare, Weiterbildungen und „alltäglichen“ Meetings. Daher sind wir weniger konjunkturabhängig als die Besitzer großer Kongresshäuser. Allgemein liegt das „Geheimnis“ aber in der breiten Aufstellung seines Geschäftsmodells auf mehrere Zielgruppen, um so konjunkturelle Schwankungen ausgleichen zu können.

Die Kunden sind sehr kostensensibel geworden. Wie reagieren Sie darauf? Machen Sie spezielle Angebote? Die Kunden sind preisbewusst, aber das war nie anders. Wenn wir als Hoteliers ein stimmiges Gesamtprodukt anbieten mit einem entsprechend persönlichen Service, ist der Kunde auch bereit einen angemessenen Preis zu zahlen.

Ökologie und Nachhaltigkeit spielen ja auch im Tagungstourismus eine Rolle. Haben Sie sich auch auf diesen Trend eingestellt und wenn ja, wie haben Sie in Ihrem Hotel diesen Trend umgesetzt?

Als Neubau ist unser Haus mit einer sehr hohen Energieeffizienz ausgestattet. Wir verfügen zu 100 Prozent über LED-Beleuchtung und reduzieren mit Unterstützung unserer Gäste auch die täglichen Wäscheberge. Darüber hinaus nutzen wir weitestgehend regionale Lieferanten. Damit unterstützen wir unsere regionale Wirtschaft und vermeiden lange Transportwege.

Letzte Frage: Was sind Ihre Zukunftspläne mit Ihrem Hotel?

Wir möchten uns im Landkreis Tuttlingen als maßgeblicher Bestandteil in der Gesellschaft etablieren. Wir verstehen uns als kultureller Treffpunkt der Tuttlinger und Partner der heimischen Wirtschaft und dies werden wir weiter ausbauen.



Bild: Legale Hotel

**GREENINCENT  
SCHWARZWALD  
.COM**

> Natur aktiv erleben – so lautet der Leitsatz der: Der junge Inhaber Eric Bayer hat sich, neben den 14 kleinen Unternehmen vor allem auf die Bereiche Iner

idyllisch gelegen in einem kleinen Seitental der Touret die Sanktbalch Lodge ein innovatives Gebäude verschiedensten Fun- und Trendsportarten in der Nacht und 80 Personen strickt Eric Bayer mit seinem Programm. Ob Segway, Zorbing, Discgolf, geführte Factivity – der Schnitzeljagd mit Tablet/PCs – Teamtrain Neu in 2015 sind ein Geschicklichkeitsparcours und Fun-Event „Ziesel“.

Den Begriff „Green Meeting“ hat der kreative Unternehmerr: die Sanktbalch Lodge liegt wirklich mitten im Schwarzwaldreis. Das energieeffiziente Gebäude auf ve Atmosphäre mit einmaliger Naturkulisse für M dem kulinarischen Genuss.

[www.schwarzwaldidylle.com](http://www.schwarzwaldidylle.com)

**WEITERBILD**  
Im Event- und Messebereich n

> Events, Messen und andere Veranstaltungen sind Marketing-Mix. Dabei steht und fällt eine Veranstaltung der gewissenhaften Vorbereitung und der professionellen steck genau hinter der Tätigkeit eines Eventmanagers erfüllen, welches Wissen und welche praktische die tägliche Arbeit? Ob Tagung, Seminar, Betriebsfeier, offene Tür oder das Firmenjubiläum: Um den Erfolg braucht es bestimmte Grundlagen im Event-Management, Branchenkenntnisse, Methoden und Instrumente. Erfahrung im Projekt-Management. Nur wer neben Erlebnisorientierung über fundiertes und erprobtes Vorgehen, Sicherheit und Technik verfügt, kann und Karriere sichern. Lehrgänge mit IHK-Zertifikat im Bereich Messe, Event u.a. die Industrie- und Handelskammer in Karlsruh Stuttgart (ebam GmbH) und im Nordschwarzwald (Württemberg) an. Zielgruppe sind Mitarbeiter/-innen Veranstaltungsstätten, Messeverantwortliche in Un Tourismusbranche, Verantwortliche und Projektleit

Alle Lehrgänge und begleitende Seminare: [www.wit](http://www.wit)