

Schiffsbetreiber jagen Hoteliers Messegäste ab

Unterkünfte auf dem Wasser sorgen für Zwist in Köln

VON GIESA MIRZADEH

Wenn in Köln Messe ist, steht die Stadt regelmäßig Kopf. Allein im Oktober vergangenen Jahres reisten mehr als 160 000 Besucher zur Lebensmittelmesse Anuga in die Domstadt. Daraus ergaben sich die üblichen Folgen für die örtlichen Herbergen: Schon Wochen zuvor waren die Kölner Hotels ausgebucht – und viele Messebesucher mussten nach einer nervenaufreibenden und dennoch erfolglosen Zimmersuche jeden Abend zum Schlafen nach Düsseldorf oder Bonn pendeln.

Auf das allmonatliche Chaos haben findige Geschäftsleute reagiert: Sie haben alte Kreuzfahrtschiffe zu schwimmenden Hotels umgebaut und gehen damit zu Messezeiten an den Flussufern der Städte vor Anker. Zum Beispiel der Anbieter Crossgates: Die Briten haben zu großen Messen bis zu 14 Schiffe im Einsatz. Denn die Nachfrage ist riesig. Reisen Unternehmen mit einer großen Mannschaft zur Messe an, bringen sie ihre Mitarbeiter gern alle im gleichen Hotel unter – auf den Schiffen kein Problem. Weiterer Vorteil: Die Schiffe sind meist günstiger als herkömmliche Hotels. „Viele Unternehmen schauen sehr stark auf die Kosten, und da haben wir ein gutes Argument auf unserer Seite“, sagt Simon Lawday, Geschäftsführer von Crossgates. Schließlich verlangen etablierte Hotels zu Messezeiten oft das Vielfache des üblichen Preises.

Die Idee des schwimmenden Hotels ist nicht neu. Der Brite Max Bolton kam im Jahr 1974 als Erster darauf, Messegäste in Schiffen unterzubringen. Inzwischen hat das Unternehmen starke Konkurrenz bekommen: Das Unternehmen Regis Hotelschiff in Düsseldorf bietet zu großen Messen Schiffe mit insgesamt 1000 Kabinen an. Deren Preise schwanken zwischen 145 und 189 € pro Nacht bei Einzelbelegung sowie 165 und 209 € bei Doppelbelegung. Damit unterbieten die Hotelschiffe die Zimmerpreise der teuren Hotels deutlich. An Komfort mangelt es den Gästen dennoch nicht. Die Kabinen sind in der Regel ausgestattet mit Dusche und Toilette, Klimaanlage, Radio, Fernseher und Telefon. Manche Luxussschiffe bieten den Gästen sogar Sauna, Whirlpool und Solarium.

Hoteliers reagieren verärgert

Der Betreiber Fairtours Business Express wirbt mit Zusatzleistungen um Kunden. Er bietet ein Rundumpaket an – neben der Unterkunft einen Transfer zur Messe sowie Kultur und Vergnügen am Abend. Zudem können Gäste der Hotelschiffe zwischen den Kategorien First, Medium Superior oder Medium Class wählen.

Die örtlichen Hoteliers sind bisweilen wenig begeistert von der Konkurrenz auf dem Wasser. Streit gab es zuletzt in Köln: „Den Kölner Hotels gehen durch die Hotelschiffe Einnahmen bis zu 400 000 € pro Messtag verloren“, schimpft Christoph Becker, Geschäftsführer des Kölner Hotel- und Gaststättenverbandes. Becker überlegte öffentlich, die Liegeplätze der Hotelschiffe selbst zu mieten, um sie leer stehen zu lassen. Für die Lokalpresse war der Ärger ein gefundenes Fressen. Die „Bild“-Zeitung rief den „Kampf am Rhein“ aus, und der „Express“ schimpfte unter der Schlagzeile die „Betten-Piraten vom Rhein“.

Kritik an Städtepolitik

Hotelschiff-Betreiber nehmen die Kritik gelassen und schießen zurück. „Wir haben Erfolg, weil die Nachfrage nach unseren Schiffen groß ist“, sagt Regis Buhren, Gründerin der Regis Hotelschiff. Ursache der Zimmernot und der astronomischen Preise sei schließlich eine verfehlte Politik der Städte, weil zu wenige Hotels gebaut worden seien.

Den Nobelhotels wollten die Hotelschiff-Anbieter ohnehin keine Konkurrenz machen, versichert Buhren. „Wir können gar nicht mit luxuriösen Hotels konkurrieren. Wir wollen unseren Gästen eine neue Hotel-erfahrung bereiten“, erklärt sie. Dieses Konzept scheint aufzugehen: Über 80 Prozent der Schiffsgäste buchen nach Angaben der Betreiber inzwischen jedes Jahr eine schwimmende Herberge.

Interesse an Tagungen im Ausland steigt

VON KAI OPEL

Tagungen im Ausland sind im Kommen. Unternehmen zieht es jedoch selten aus Kostengründen dorthin. Vielmehr tagen sie in der Fremde, weil es die eigene Internationalisierungsstrategie erfordert oder weil sie ihren Mitarbeitern und Geschäftspartnern einmal etwas Besonderes bieten möchten.

Das Seminar in Prag hat sich weniger wegen spektakulärer Tagungsinhalte, der Karlsbrücke oder leckerer Knödel in Anett Stiefels Gedächtnis eingegraben. „Man hat mehrere Autos aufgebrochen, und die Organisation war schlecht“, erinnert sich die geschäftsführende Gesellschafterin des Logistikunternehmens Logica in Pirna. Auch aus Kostengründen macht die Verlagerung von Tagungen ins Ausland nach ihrer Erfahrung

Die Nähe zu Kunden und Niederlassungen veranlasst Firmen, Tagungen vermehrt in der Ferne abzuhalten. Doch einige Experten warnen vor dem Aufwand an Organisation, den Kosten und den Steuerfallen.

wenig Sinn, dafür sind die Ausgaben zu oft ähnlich hoch wie im Inland.

Dennoch trommeln Unternehmen Mitarbeiter und Geschäftspartner zur Präsentation neuer Zahlen oder Geschäftsentwicklungen immer öfter in Konferenzräume in Prag, Budapest oder Warschau. „Das Interesse an Tagungen im Ausland hat 2005 um etwa 20 Prozent gegenüber 2004 zugenommen“, sagt Heinz Raufer, Marketing- und Finanzvorstand des Online-Hotelreservierungsservice Hotel.de.

Firmen, Verbände und Agenturen, die sich auf Messen spezialisiert haben, besuchen oder organisieren nach einer CIM/Imex-Studie mittlerweile 13 Veranstaltungen pro Jahr im Ausland. „Wenn Wirtschaft und Wissen internationaler werden, dann werden natürlich auch Messen und Tagungen internationaler“, sagt Kerstin Hoffmann, Betreuerin der Studie. Demnach prognostiziert knapp jeder Zweite der 228 Befragten, dass künftig mehr Tagungen im Ausland stattfinden werden.

Als Gründe nennt Raufer die Globalisierung. „Für Tagungen im Ausland spricht die Nähe zu Kunden oder die Nähe zu eigenen Niederlassungen.“ Trotz günstiger Flugpreise und etwas niedrigerer Lebenshaltungskosten seien Auslandstagungen wegen des Organisationsaufwandes sowie der Transport- und Übernachtungskosten aber kein Schnäppchen. „Nach unserer Erfahrung sind Tagungen im Ausland teurer als im Inland“, sagt er.

Diese Einschätzung bestätigt Susanne Kapfer von SAP Deutschland. „In unseren und anderen Unternehmen gibt es strikte Reiserichtlinien. Wenn beispielsweise eine Abteilung tagen oder ein Seminar abhalten möchte, dann tut sie das in-house oder im näheren Umkreis“, sagt sie. Auch in der nahen Umgebung seien Tapetenwechsel und kreatives Arbeiten möglich. Selbstverständlich hingegen seien länderübergreifende Meetings im Ausland bei internationalen Unternehmen, bei denen Abteilungen quer über den Globus in einer so genannten verteilten Umgebung arbeiten. „Immer öfter wird auch auf virtuelle Meetings zurückgegriffen“, erklärt Kapfer.

Wenn es ins Ausland geht, dann bevorzugen nach der CIM/Imex-Studie 77 Prozent Europa – allen voran Österreich, gefolgt von Frankreich und Italien. Arabische oder islamische Länder Welt würden wegen der Reiserisiken und Risiken vor Ort gemieden.

Wenn Unternehmen im Ausland tagen möchten, sollten sie besonderes Augenmerk auf die Reiseplanung legen, rät Raufer. Neben sorgfältiger Routenplanung müssten Firmen auch an die rechtzeitige Visabeantragung denken. Bei der Hotelauswahl müsse darauf geachtet werden, dass Standards oft niedriger als in Deutschland seien. „Ein attraktives Rahmenprogramm ist vor allem bei Incentives wichtig.“

Damit der betriebliche Ausflug in die Ferne kein finanzielles Nachspiel mit dem Finanzamt hat, ist Vorsicht geboten. „Das Finanzamt wird den Grund für den Aufenthalt und die Frage nach dem Umfang der verbleibenden Freizeit kritisch würdigen“, warnt Paul Vogel von der Vogel Rechtsanwaltsgesellschaft in Berlin. „Kann etwa nicht plausibel dargelegt werden, dass tagsüber permanent Fortbildungen besucht wurden, so wird das Finanzamt versuchen, hier einen geldwerten Vorteil anzunehmen.“ Stutzig würden Finanzämter vor allem dann, wenn es so aussieht, als möchte der Arbeitgeber seinem Mitarbeiter etwas Gutes tun. Die Tagung an der Zweigstelle in Prag sei unproblematischer als der Pro-forma-Sprachkurs auf Mallorca. „Im Extremfall geht dies so weit, dass die Behörde auf Grund einer einheitlichen Würdigung die gesamte Reise nicht als betrieblich veranlasst anerkennt“, sagt Vogel.

Der Experte rät daher, akribisch Belege über die Gestaltung des Tagesablaufs zu sammeln. „So kann im Zweifelsfall nachgewiesen werden, dass keine Zeit für Urlaub verbleiben konnte.“ Hilfreich seien ebenso Argumente, warum die Tagung gerade an diesem ausländischen Ort stattfinden musste – etwa weil dort eine Zweigstellengründung in Betracht kommt oder weil dort neue Geschäftsverbindungen geknüpft werden sollen.

„Wenn Wirtschaft und Wissen internationaler werden, dann auch Messen“

Kerstin Hoffmann, CIM/Imex



In der Glasscheibe eines Warschauer Restaurants spiegelt sich das Gebäude des 1899 gegründeten **Le Royal Méridien Bristol**. Das luxuriöseste Fünf-Sterne-Hotel Polens wird auch gern von deutschen Geschäftsreisenden zur Tagung gebucht

Professionalität spielt zentrale Rolle

Priorität Deutsche Firmen legen bei einer Auslands-tagung Wert auf Professionalität. Standortfaktoren wie Service sind aber fast ebenso gefragt, ergab eine CIM/Imex-Studie. Von den genannten Gründen für Auslandsreisen führte „Reiz der Destination“ vor „Neugier nach etwas Neuem“.

Was ist wichtig bei der Tagung im Ausland?
Skala von 1 (sehr wichtig) bis 4 (weniger wichtig)

	1	2	3	4	
Professionalität	▲				1,25
Service	▲				1,30
Unterkunft	▲				1,43
Lage	▲				1,46

FTD/jst, Quelle: CIM/Imex

Mit dem persönlichen Piloten zur Niederlassung fliegen

Wenn Unternehmen ein Airtaxi chartern, können sie Zeit sparen und den Flugplan selbst bestimmen – einige Varianten lohnen das Rechnen

VON CONSTANTIN GILLIES

W-Chef Bernd Pischetsrieder hat einen, genau wie Schraubenkönig Reinhold Würth und Daimler-Boss Dieter Zetsche: Der Firmenjet gehört in der Oberliga der deutschen Wirtschaft schon lange zur Grundausstattung. Doch es muss nicht immer das eigene Flugzeug sein. Neue Charter- und Teileigentumsmodelle machen das private Fliegen zunehmend erschwinglich und lassen den Markt für Businessflüge boomten: Die Firma Air Partner etwa, weltweit größter Vermittler von privaten Charterflügen, meldete unlängst 25 Prozent Umsatzsteigerung.

Für den Umstieg auf den Privatjet spricht neben der Unabhängigkeit von Flugplänen vor allem die Zeitersparnis. „In 15 Minuten sitzen Sie in einer startbereiten Maschine“, sagt Bernd Gans, Vorsitzender des Branchenverbandes German Business Aviation Association (GBAA). Zwar gelten in der Privatfliegerei die gleichen Sicherheitsbestimmungen

wie im Liniengeschäft. Doch Warteschlangen gibt es nicht in den so genannten General Aviation Terminals, wo die Piloten ihre Businesskunden abholen. „So können Manager die unproduktiven Zeiten verkürzen“, wirbt Gans.

Ein Grund dafür, dass die private Firmenfliegerei abhebt: Immer mehr Firmen produzieren im Ausland, und selten liegen die Fabriken in der Nähe eines internationalen Flughafens. „Im Moment kommen viele Aufträge von Automobilzulieferern, die in Osteuropa produzieren“, bestätigt Frank Holup von Airlink Holup, einem Flugvermittler in Königswinter. Auf den kleinen Pisten in der Provinz landet eben nicht der Kranich, sondern nur der persönliche Kapitän.

Ein eigenes Flugzeug schaffen dennoch die wenigsten Unternehmen an. „Das lohnt sich erst ab 20 Flugstunden pro Monat“, schätzt Holup. Allein die Wartungskosten für einen Jet übersteigen leicht 1 Mio. € pro Jahr.

Deshalb buchen Firmen ihre Privatflüge meist nach dem Taxiprinzip: Entweder sie chartern eine Maschine direkt bei einer privaten Airline (Verzeichnis unter www.gbaa.de), oder sie nutzen die Dienste eines Maklers wie Holup. Der findet heraus, wo welche Airline derzeit eine Maschine zur Verfügung hat, und organisiert die Reise. Für seine Dienste erhebt der

Broker eine Provision von zwei bis vier Prozent des Reisepreises. Der eigentliche Mietpreis hängt stark vom Typ der Maschine ab, von der Anzahl der Passagiere und der Länge der Strecke. Eine Flugstunde mit einer Dornier 328, die 32 Passagieren Platz bietet, kostet im Schnitt 3000 €.

Unternehmen mit unregelmäßigem Flugaufkommen – etwa ab fünf

Stunden pro Monat – können seit einiger Zeit auch Anteile an Flugzeugen kaufen. Die Firmen zahlen dann zum Beispiel 100 000 € für ein Sechzehntel eines Jets, das entspricht 50 Flugstunden pro Jahr. Verbreitet ist diese so genannte Fractional Ownership allerdings bislang nur in den USA: „In Europa muss dieses Geschäftsmodell seine Qualität und Zuverlässigkeit noch beweisen“, erzählt Branchenkenner Gans.

Ein weitere Variante des Airtaxis ist der so genannte Blockcharter. Unternehmen wie die Bombardier-Tochter Skyjet bieten diesen Dienst an, der nach dem Telefonkartenmodell funktioniert: Unternehmen können 25 Flugstunden pauschal zu einem Preis von 94 000 \$ einkaufen und zu einem beliebigen Zeitpunkt abfliegen. Aber auch hier sollten Unternehmen genau nachrechnen: Die Flugpreise bei solchen Pauschalarrangements liegen häufig über denen einer Einmalmiete. Hinzu kommt, dass zum Beispiel am Tag eines Champions-League-Finales alle Maschinen meist gebucht sind – und auch Kartenbesitzer nicht zum Zug kommen.

Vergleich Linienflug und Lufttaxi – Beispielrechnung

Linienflug Der Vorstand einer Münchner Agentur will einen Kunden in Schweden besuchen. Die Besprechung ist um 9 Uhr in Göteborg. Die früheste Maschine der Lufthansa landet erst um 11 Uhr. Deshalb müssten die Manager am Vortag anreisen. Zusätzlich zum Flugpreis von 1570 € pro Person in der Business-Class entstünden Kosten für Hotel und Verpflegung.

Airtaxi Die Delegation mietet ein Lufttaxi: Die gecharterte Cessna Citation 550 fliegt um 6.30 Uhr in München los und kommt nach knapp zwei Stunden in Göteborg an. Nach dem Meeting startet der Jet zurück. Preis für den Trip: 8600 €. Auf acht Passagiere verteilt ergibt das einen Ticketpreis von 1075 €. Die Zeitersparnis durch schnelleren Check-in ist nicht eingerechnet.

Kostensteigerung In diesem Beispiel steht der Business-Jet bereits am Flughafen München. Müsste die Flugmaschine erst herangeschafft werden, erhöhte das die entstehenden Kosten beträchtlich. Die Charterunternehmen rechnen einen solchen so genannten Positionsflug fast so teuer ab wie die Personenbeförderung, also mit ungefähr 1000 € pro Stunde.