

Social Events

Das virtuelle ins reale Leben holen

Mit großem Erfolg führt die Social Event GmbH in München Veranstaltungen in Hotellerie und Gastronomie durch. Exklusive Gäste sind die Mitglieder der Münchner Gruppe im sozialen Netzwerk Xing.

Wenn Johannes Woll den Mitgliedern der Münchner Gruppe bei Xing etwas mitteilt, kann er sich größter Aufmerksamkeit sicher sein. 72.000 Mitglieder hat diese Gruppe im sozialen Business-Netzwerk, die er 2004 ins Leben gerufen hat. Doch nur Kontakte im Netz reichten dem Strategieberater für Kommunikation und Marketing irgendwann nicht mehr. Und deshalb hat er – als Xing noch OpenBC hieß – die Mitglieder der Gruppe zu einer Veranstaltung eingeladen. „18 Leute sind gekommen“, erinnert er sich heute. Die waren begeistert und so steigerte sich die Zahl der Gäste von Veranstaltung zu Veranstaltung. Inzwischen hat Woll nicht nur über 160 Veranstaltungen organisiert, sondern seine Aktivitäten auch in der Social Event GmbH professionalisiert – ohne dass er und seine Partner davon leben könnten. „Wir haben nur einen rechtlichen Rahmen geschaffen und uns vom Einlader zum Veranstalter entwickelt“, berichtet er.

Wir bringen Menschen zusammen

„Bei diesen Veranstaltungen holen wir die virtuellen Gruppen ins reale Leben und bringen ganz im Netzwerkgedanken die Menschen zusammen“, sagt er. Seine Events sind deshalb auch ganz klar auf Kommunikation und Kennenlernen ausgerichtet: Beim Rotating Dinner muss man jeden Gang an einem anderen Tisch einnehmen. Eine spezielle Software sorgt sogar dafür, dass man keinen Teilnehmer zweimal trifft. Oder bei den „200 minutes afterworks“ setzt man sich erst gar nicht und wandert von Tisch zu Tisch, um andere Netzwerker kennenzulernen. „Slow contacting statt speed dating“ heißt das Motto. Für Hoteliers oder Gastronomen ist eine solche Veranstaltung durchaus eine inter-



Johannes Woll

essante Möglichkeit, um neue Gäste anzusprechen. „Wir sind immer auf der Suche nach interessanten und außergewöhnlichen Locations“, sagt Woll. Je attraktiver die Location, desto schneller ist die Veranstaltung ausgebucht. Beim exklusiven Dinner im Mandarin Oriental in München hat es gerade einmal ein paar Minuten gedauert, bis alle 100 Plätze belegt waren. Interessant dürfte auch sein, dass die Veranstaltungen immer zwischen Montag und Donnerstag stattfinden, wo die gastronomischen Betriebe in der Regel nicht so stark ausgelastet sind. „Die Räumlichkeiten müssen natürlich eine gewisse Größe haben und eine ansprechende Küche bieten. Auch die Akustik spielt eine große Rolle, denn es wird an diesem Abend viel gesprochen“, meint Woll. Dabei muss es nicht immer ein Dinner sein. Auch Vorträge oder Aufführungen interessieren die Xing-Mitglieder – es muss nur exklusiv und außergewöhnlich sein. Interessant wird es – vor allem für die Hotellerie – jetzt, wenn es zu einem Austausch zwischen den Gruppen verschiedener Städte kommt. Denn Xing-Gruppen gibt es eigentlich in jeder größeren Stadt. Diese Menschen wollen sich eben nicht nur im Netz austauschen, sondern auch im realen Leben. *atk*

www.socialevent.de

Bewertungsportale richtig nutzen

Die Zahlen sind beeindruckend: Über 100 Millionen Bewertungen gibt es weltweit auf den Bewertungsportalen – und täglich werden es mehr. Rund 80 Prozent davon sind positiv. Was aber noch viel wichtiger ist: Zwischen 75 und 90 Prozent der zukünftigen Gäste lesen vor der Buchung die Bewertungen und orientieren sich bei ihrer Entscheidung an den Bewertungen anderer.

Für Hotels sind diese Bewertungen – vor allem natürlich, wenn sie positiv sind – eine echte Chance, ein wichtiges Kapital. Wie man mit diesen Bewertungen richtig umgeht, präsentierte Michael Menzel vom Portal „Trust you“. Die Münchner Spezialisten durchsuchen und analysieren im Auftrag der Hotels alle einschlägigen Bewertungsportale, bereiten die Daten auf und geben dem Unternehmer damit einen Überblick über das, was über seinen Betrieb gerade im Netz geschrieben wird. Das bietet wichtige Anhaltspunkte für alle, die auf die Bewertungen reagieren wollen – und das sollte eigentlich jeder tun, denn jeder sollte sich für positive Bewertungen bedanken und zu kritischen Anmerkungen Stellung nehmen.

Ein weiterer Service, den „Trust you“ bietet, ist eine Zusammenfassung der Bewertungen, aus denen dann eine neue, eigene Bewertung mit hoher Glaubwürdigkeit erstellt wird. „Wir bilden einen Durchschnitt aus den Bewertungen vieler verschiedener Portale, wobei die letzten drei Monate stärker gewichtet werden“, berichtet Menzel. Die Trust you-Durchschnittsbewertung kann dann aktuell auf die Homepage integriert werden.

www.trustyoud.de

— Anzeige —



Ihr Ansprechpartner für Anzeigen und Beilagen in der Bayern-Ausgabe von **gastgewerbe ... Magazin** ist:

Gabriele Herzig
Marketingberatung

Telefon (09321) 26 88 8-3

Telefax (09321) 26 88 8-2

herzig@gastgewerbe-magazin.de