



„In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist ein stärkeres Kostenbewusstsein zu beobachten“, stellen Angelica und Thomas Stäbler fest.

„In difficult economic times, people tend to be more cost-conscious,” say Angelica and Thomas Stäbler.

die aktuellen Strategien vieler Aussteller. Da spielen auch die gegenwärtigen ökonomischen Rahmenbedingungen eine Rolle. „Teilweise werden Messestände mit weniger Personal besetzt“, haben Angelica und Thomas Stäbler erkannt. Es gebe allerdings Kunden, die bewusst gegen diesen Trend handelten und mit

Photo: Perfect Meeting

MESSEHOTELS

Die Kunden agieren gezielter

Ausstellende Firmen möchten ihr Personal in Reichweite des betreffenden Messezentrums unterbringen. Die Vorstellungen vieler Unternehmen haben sich in den letzten Jahren gewandelt.

Wenn es um Messe-Hotelbuchungen geht, wünschen Kunden heutzutage grundsätzlich eine deutlich höhere Flexibilität. „Entscheidungen für oder gegen eine Messebeteiligung fallen oft kurzfristiger als vor der Corona-Pandemie“, wissen Angelica und Thomas Stäbler. „In wirtschaftlich schwierigen Zeiten ist zudem ein stärkeres Kostenbewusstsein zu beobachten“, stel-

len die Geschäftsführer von Perfect Meeting aus Seefeld bei München fest. Das Unternehmen ist ein Dienstleister, der für Kunden zu allen internationalen Messen die benötigten Hotelzimmer in der gewünschten Kategorie bereitstellt. Diese Kunden stammen gewöhnlich aus der ausstellenden Wirtschaft. Dadurch haben die zwei Inhaber von Perfect Meeting einen ziemlich guten Überblick, etwa im Hinblick auf

boe international 2026

Secure your ticket now!

People. Events. Innovations.

International trade fair for innovative event solutions

**14 - 15 January 2026
Messe Dortmund
Germany**

www.boe-international.com

größerer Standfläche und mehr Personal aufzutreten – dies sei jedoch eher die Ausnahme.

Ein einheitliches Verhalten im Rahmen von Hotelbuchungen zu Messezeiten sei ohnehin nicht erkennbar. Bei der Ausgabenpolitik ist oft die jeweilige Geschäftsführung entscheidend. Das wissen die Macher von Perfect Meeting aus eigenem Erleben: „Ein Geschäftsführerwechsel kann dazu führen, dass von einem Vier-Sterne-Hotel in Messenähe auf ein Drei-Sterne-Hotel außerhalb der Stadt gewechselt wird – und umgekehrt.“ Generell hätten Messen weiterhin einen hohen Stellenwert. „Aussteller sehen hier die besondere Chance, sich umfassend zu informieren, Kon-

takte zu pflegen und neue Kunden zu gewinnen“, betonen Angelica und Thomas Stäbler. Sie stellen eine verstärkte Konzentration auf „wirklich wichtige Veranstaltungen“ fest – getreu der Devise: lieber einmal groß auftreten als mehrfach in kleinerem Rahmen. „Wir beobachten, dass viele Kunden nicht mehr auf jede Messe gehen, sondern gezielt Schwerpunkte setzen“, erklären beide. „Bei diesen ausgewählten Messen wird dann oft in größere Standflächen investiert, was meist auch mit einem höheren Personaleinsatz einhergeht.“ Dann steigt wiederum die Nachfrage nach Hotelübernachtungen (www.perfect-meeting.de). **PB** ■

TRADE FAIR HOTELS

Customers are becoming more selective

Exhibitors want their staff to be staying within reach of the trade fair centre. Many companies have changed their ideas about this in recent years.

When it comes to hotel bookings, customers these days seek much greater flexibility. „Decisions on whether to take part in a trade fair are often made at shorter notice than they

were before the Covid pandemic,” assert Angelica and Thomas Stäbler, the managing partners of Perfect Meeting, a company based in Seefeld near Munich. „In tough times economically, customers also exhibit

greater cost awareness.“ Perfect Meeting is a service company that provides customers at all international trade fairs with hotel rooms of the required category. These customers are generally exhibitors at the trade fairs. The two co-owners of Perfect Meeting thus have a pretty good insight into the current strategies of many exhibitors. Economic conditions also play a role. „There are fewer staff at some trade fair stands,” say Angelica and Thomas Stäbler. While there are also customers who make a point of going against this trend, increasing the size of their stands and thus bringing more staff with them, this is something of an exception to the general rule.

And when it comes to booking hotels for trade fairs, companies proceed in different ways. The level of expenditure depends on each company's management. At Perfect Meeting, they know this from their own experience: „A change of managing director can lead to a company switching from a 4-star hotel near the trade fair centre to a 3-star hotel outside the city – or vice versa.“ However, trade fairs generally continue to have a high priority for companies, according to Perfect Meeting. „Exhibitors see in them a special opportunity to get comprehensive information, nurture contacts and win new customers,” stress Angelica and Thomas Stäbler. They see a greater focus on “really important events”, with exhibitors preferring to appear at a single, large event rather than at multiple smaller events. „What we see is that many customer no longer go to every trade fair; instead, they set clear priorities,” explain the

Stäblers. „Exhibitors often invest in more exhibition space at their selected trade fairs, and that generally means they also bring more staff.” That, in turn, increases the demand for hotel rooms (www.perfect-meeting.de). **PB** ■



Photo: Ming Dai auf Pixabay

Ein Geschäftsführerwechsel kann zum Wechsel der Hotelkategorie führen.

A change of manager can lead to a change of hotel category.