

Neue Zielgruppen erschließen: Co-Working Spaces

Das klassische Konferenz- und Businessgeschäft wird für Hoteliers immer schwieriger. Viele Unternehmen sparen in dem Bereich und verzichten darauf, ihre Mitarbeiter zu großen, teils mehrtägigen Veranstaltungen zu schicken.

Neben den klassischen Business-Reisenden hat sich in den vergangenen Jahren jedoch eine neue Gruppe von Geschäftsreisenden entwickelt, die andere Ansprüche an ihre (Arbeits-)Umgebung stellen als traditionelle Business-Gäste. Mit entsprechenden Angeboten haben Hoteliers die Chance, diese neue Zielgruppe für sich zu erschließen.

Die neuen Business-Gäste gehören oft der Gruppe der sogenannten digitalen Nomaden an, die – ausgerüstet mit Smartphone und Laptop – theoretisch überall auf der Welt arbeiten können und diese neue Freiheit auch nutzen. Oft sind es zudem Selbständige und Einzelunternehmer, für die das Netzwerken besonders wichtig ist.

Im Folgenden hat Tourismus NRW einige Tipps zusammengestellt, worauf es den neuen Geschäftsreisenden ankommt. Die Liste hat keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Da gerade die neuen Business-Gäste oft stark auf Individualität setzen, gibt es zudem keine Gewähr, dass sich jeder Tipp in jedem Kontext gleichermaßen eignet.

Die hier vorgestellten Co-Working-Bereiche können zusätzliche Einnahmequellen darstellen – in Ergänzung oder statt großer Konferenzräumlichkeiten. Sie eignen sich zudem nicht nur für Geschäftsreisende, sondern auch als Angebot für die Menschen vor Ort sowie für Unternehmen, die zunehmend geeignete externe Räumlichkeiten etwa für Workshops suchen.

Wie lässt sich ein Coworking-Bereich in einem Hotel gestalten?

- **Ansprechpartner:**
Eine zentrale Ansprechperson, die bei Fragen und Problemen weiterhelfen kann, hilft, den Gästen das Arbeiten zu erleichtern und eine entspannte Atmosphäre zu schaffen. Auch bei technischen Fragen sollte die Ansprechperson weiterhelfen können.

- **Guideline für das gemeinsame Arbeiten:**
Ein paar Regeln für das erfolgreiche Miteinander sind überall nötig. Sie sollten jedoch in keiner seitenlangen Auflistung von Rechten und Pflichten enden, sondern übersichtlich und knapp gehalten werden, um niemanden zu verschrecken und das gemeinsame Arbeiten nicht zu verkomplizieren. Die Guideline kann zum Beispiel gut sichtbar für alle im Co-Working-Bereich an der Wand aufgehängt werden.
- **(Kostenloses) WLAN:**
Ein stabiles Netz, das auch bei hoher Auslastung funktioniert, ist für die meisten Geschäftsreisenden die Grundvoraussetzung für ihre Arbeit. Ohne ein solch leistungsfähiges Netz dürfte es daher meist schwierig sein, die neue Zielgruppe zu überzeugen. Gerade in ländlichen Regionen stellt das Internet jedoch nach wie vor oftmals ein Problem dar. In diesem Fall sollte offensiv auf das Fehlen eines stabilen Netzes hingewiesen und dies als Besonderheit oder gar Stärke des eigenen Hauses kommuniziert werden. Denn ist konzentriertes Arbeiten erforderlich, kann das erzwungene Offline-Dasein durchaus willkommen sein (siehe auch „Mix aus Interaktions- und Rückzugsflächen“ sowie „Weitere technische Ausstattung“)
- **Steckdosen:**
Um Laptops, Smartphones oder weitere technische Geräte aufladen zu können, sind erreichbare Steckdosen unerlässlich.
- **Mobiliar:**
Besonders robustes Mobiliar, das zudem ansprechend ist, sodass sich die Gäste wohlfühlen, ist von Vorteil. Zudem sollte es die Möglichkeit geben, das Mobiliar individuell beispielsweise für Gruppen- oder Einzelarbeitsplätze umzubauen.
- **Konstante raumklimatische Bedingungen:**
Belastungen durch Kälte oder Hitze führen zur Unzufriedenheit der Gäste. Es sollte sichergestellt werden, dass die Raumtemperatur zu jeder Jahreszeit konstant ist. Die Möglichkeit, vom Arbeitsplatz unkompliziert ins Freie zu gelangen, ist außerdem von Vorteil.
- **Mix aus Interaktions- und Rückzugsflächen:**
Die Bedürfnisse der neuen Geschäftsreisenden sind unterschiedlich. Während die einen Ruhe für ihre Arbeit benötigen, möchten sich andere austauschen. Hierfür ist es wichtig,

unterschiedliche Bereiche anzubieten – Rückzugsplätze, an denen gegebenenfalls durch zusätzliche Schalldämpfung der Geräuschpegel reduziert wird, ebenso wie Räume, in denen Kleingruppen zusammenkommen und gemeinsam arbeiten können. Wer nicht beides parallel anbieten kann, sollte sich auf eine der beiden Gruppen spezialisieren und dies ebenfalls kommunizieren, um Unmut zu vermeiden. Punkten können Hoteliers zudem bei den meisten Geschäftsreisenden der neuen Generation mit Individualität. Das bedeutet auch: Keine sterilen Konferenzräume, sondern für eine angenehme Atmosphäre sorgen (was nicht gleichbedeutend mit einer teuren Einrichtung ist).

- **Weitere technische Ausstattung:**

Zur Arbeitserleichterung insbesondere für kleine Gruppen sollte eine technische Basisausstattung wie Beamer, Flipcharts, Drucker und ähnliches vorgehalten werden.

- **Verpflegung:**

Eine unkomplizierte Verpflegung, insbesondere auch mit Getränken, sollte sichergestellt sein.

- **Freizeit:**

Irgendwann haben die meisten Gäste ihre Tagesarbeit erledigt und freuen sich auf etwas Entspannung. Tipps zur Freizeitgestaltung allein oder in der Gruppe sind daher gern gesehen. Eine Idee wäre eine Rubrik auf der hoteleigenen Internetseite, die bereits vor der Ankunft inspiziert und vom Hotel auch offensiv beworben werden kann. Inhalte hierfür lassen sich problemlos durch das kostenlose [Widget](#) des touristischen [Data Hub NRW](#) integrieren.

- **Preisgestaltung:**

Ob und wenn ja, für welche Leistungen Geld verlangt wird, muss jeder für sich selbst entscheiden. Sollten Gelder verlangt werden, ist eine unkomplizierte und transparente Preisgestaltung wichtig.

- **Marketing:**

Das Coworking-Angebot sollte nicht nur auf der Internetseite versteckt, sondern auch beworben werden, um es bekannt zu machen. Denkbar ist zum Beispiel die Zusammenarbeit mit passenden Blogger:innen, Social-Media-Einsatz oder auch Events zum Start, zu denen mögliche Interessenten aus der Zielgruppe eingeladen werden. Auch im [Venue Finder](#) des Tourismus NRW lassen sich [Co-Working-Spaces vermarkten](#).

Nur mit einem Co-Working-Bereich zu werben, dürfte in den meisten Fällen jedoch nicht ausreichen. Wichtig ist, sich Gedanken über die Stärken und Besonderheiten des eigenen Hauses und des speziellen Co-Working-Angebots zu machen, um diese dann herauszustellen (zum Beispiel Lage direkt am See, was gleichzeitige Erholung garantiert, zusätzliche Angebote wie Workshops oder Ähnliches). Auch ansprechendes Bildmaterial ist – wie im gesamten Marketing – unerlässlich.

Umfangreiche organisierte Rahmenprogramme sind bei vielen Geschäftsreisenden des neuen Typs nicht mehr gefragt, sondern eher individuelle Tipps.

- **Bei der Wahrheit bleiben:**

Wie überall gilt: Nichts versprechen, was man nicht halten kann. Falsche Erwartungen schlagen sich oft direkt in schlechten Bewertungen auf Hotelbuchungsplattformen oder in den sozialen Medien nieder. Wer also beispielsweise kein leistungsfähiges WLAN bieten kann, sollte damit auch nicht werben.