

Τοπικές Προκλήσεις - Διεθνείς Λύσεις



Γράφει ο Edgar Hirt

πρόεδρος της AIPC

και διευθύνων σύμβουλος του Congress Center Hamburg

που έχει να κάνει με την «έδρα» μας, είτε αυτό είναι οικονομικής είτε πολιτικής φύσεως.

Πώς μπορούμε, λοιπόν, να ωφεληθούμε τόσο εμείς όσο και οι πελάτες μας από την εικόνα που έχουμε σχηματίσει για τα θέματα που αντιμετωπίζει η διεθνής συνεδριακή βιομηχανία; Πιστεύω ότι υπάρχουν τρεις σημαντικοί τρόποι:

Πρώτον, μπορούμε να διδαχθούμε από τα παραδείγματα των άλλων. Στον κόσμο των συνεδριακών κέντρων, υπάρχουν κυριολεκτικά όλων ειδών οι εγκαταστάσεις, τα μόντελς λειτουργίας, οικονομικής και διοικητικής διαχείρισης, χρηματοδότησης και marketing και καθένα από αυτά έχει να μας διδάξει κι από κάτι. Από μια τόσο μεγάλη γκάμα επιλογών, μπορούμε να επιλέξουμε τα μοντέλα

κτίτες του κέντρου μέχρι τους πελάτες που χρησιμοποιούν τις εγκαταστάσεις μας.

Δεύτερον, η αναφορά σε παγκόσμια κλίμακα θέματα και παραδείγματα συμβάλλει συχνά στη σωστή «καθοδήγηση» της διαδικασίας λήψης αποφάσεων στο δικό μας τόπο. Πολλοί ιδιοκτήτες συνεδριακών εγκαταστάσεων νιώθουν μεγαλύτερη ασφάλεια όταν ξέρουν ότι η πρακτική που πρόκειται να εφαρμόσουν συνάδει με αυτό που ήδη κάνουν οι αντίστοιχοι φορείς κάπου αλλού στον κόσμο. Ταυτόχρονα, η γνώση αυτή τους ενθαρρύνει να δράσουν εγκαίρως ώστε να αποφύγουν προβληματικές καταστάσεις που η εμπειρία έχει δείξει ότι προκύπτουν σε άλλες χώρες. Για παράδειγμα, όλοι έχουμε δει ότι η ανέγερση συνεδριακών εγκαταστά-

Ως επαγγελματίες μιας βιομηχανίας που έχει να κάνει με μεγάλο βαθμό με διεθνείς πελάτες και events που πραγματοποιούνται εκ περιτροπής σε διάφορα μέρη του πλανήτη, αφιερώνουμε πολύ χρόνο στη μελέτη των διεθνών τάσεων και των επιπτώσεων που επιφυλάσσουν για εμάς διάφορα θέματα όπως η παγκοσμιοποίηση στον επαγγελματικό χώρο. Κι ενώ αυτό είναι θετικό, καθώς δημιουργεί ένα ευρύτερο «περιβάλλον» για τις δραστηριότητές μας, εντούτοις η πραγματικότητα είναι ότι οι περισσότεροι από εμάς ασχολούμαστε κυρίως με τα

καθ' ημίας - τα events που πραγματοποιούνται και τις συνθήκες που παρατηρούνται μέσα ή κοντά στο «οπίπ» μας.

Το ερώτημα που προκύπτει είναι: πώς μπορούμε να εκμεταλλευτούμε τις εμπειρίες και την τεχνογνωσία των συναδέλφων μας σε άλλα σημεία του πλανήτη και να ωφεληθούμε σε σχέση με τα «δικά μας» θέματα;

Κατά πρώτον, πρέπει να συνειδητοποιήσουμε δύο πράγματα: Αφενός δραστηριοποιήσατε σε μια παγκόσμια βιομηχανία, κι αυτό γιατί οι απαιτήσεις των πελατών μας γίνονται παγκόσμιες. Όπως ήδη αναφέρθηκε, πολλοί πελάτες μας διοργανώνουν τα events τους εκ περιτροπής σε πολλές διαφορετικές χώρες και εγκαταστάσεις, και έχουν έτσι πολλαπλά σημεία αναφοράς και μέτρα σύγκρισης. Αυτό, με τη σειρά του, συνεπάγεται ότι οι επαγγελματίες αυτοί βγάζουν τα δικά τους συμπεράσματα σχετικά με το τι είναι εφικτό, πρακτικό και οικονομικά συμφέρον, ενώ σχηματίζουν και σαφή εικόνα του να περιμένουν από τις επιμέρους εγκαταστάσεις ανά τον κόσμο.

Την ίδια στιγμή, είναι σαφές ότι εμείς, ως συνεδριακά κέντρα, δραστηριοποιήσατε σε ένα κλειστό γεωγραφικά περιβάλλον που το χαρακτηρίζουν οι ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούν στις επιμέρους χώρες και πόλεις που μας φιλοξενούν. Ένα πολύ μεγά-

λο μέρος της δουλειάς μας έχει τοπικό χαρακτήρα, συνεπώς **εμπραζώμαστε σε μεγάλο βαθμό από το παραμικρό** γεγονός που προσεγγίζουν περισσότεροι τις συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργούμε εμείς οι ίδιοι και που κατά συνέπεια ανταποκρίνονται καλύτερα στις τοπικές προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε. Με τον τρόπο αυτό, αναπτύσσονται πιο αποτελεσματικά μοντέλα σε τοπικό επίπεδο και όλοι βγαίνουν κερδοσώμιοι - από τους ιδιο-

σων σε βαθμό που υπερκαλύπτει την αντίστοιχη ζήτηση οδηγεί τελικά σε μειωμένες κρατικές επενδύσεις και χαμηλή προσφερόμενη ποιότητα στους πελάτες. Όσο πιο σωστά είναι η διαδικασία λήψης αποφάσεων, τόσο πιθανότερο είναι να αποφευχθούν αυτού του είδους τα προβλήματα - και γεγονός είναι ότι προς την κατεύθυν-

Local Challenges: Global Solutions

by Edgar Hirt



As an industry that deals to a large degree with international clients and events, we spend a lot of time looking at international trends and the implications of issues such as the globalization of business activities. While this is useful in creating a broader context for our activities as congress centres, the reality is that most of us are heavily occupied with events and conditions much closer to home. The question becomes, how can we benefit in our local situations from the experiences and expertise of those in other parts of the world?

We do operate in a global industry since the expectations of clients are becoming universal. Many clients rotate their events through many different countries and facilities, and come to have a wide basis for comparison. This leads to them reaching their own conclusions about what is possible, practical, and economical, and that shapes what they expect to get when they come to any facility in the world. At the same time, a very large proportion of our business is regional and we are heavily impacted by everything from regional economics to local politics.

We can learn by example. In the world of congress centres, there are variations of different forms of facilities, operations, economics, governance, funding and marketing, and all these have something to teach us. It is possible to select those models that approximate the conditions we ourselves are working under and that therefore respond best to our local challenges. In addition, the ability to refer to global issues and examples often helps guide local decision making. Most owners and governments take comfort from knowing that the direction they are intending to take is consistent with what others are doing elsewhere. Finally, the emergence of global standards helps improve the local product because it creates clear and well defined objectives for centre owners and managers to focus on. In the absence of universally accepted standards, every centre is forced to develop their own, and these can vary widely. The result is that clients never know exactly what to expect, and must invest heavily in their own research and analysis to ensure that they will get what they need and expect from any particular centre. By having overall standards, even recognizing that there will be lots of variation based on local factors, there can be a level of confidence that there will be no unhappy surprises that impact not only the client and their delegates but ultimately damage the overall reputation of the industry.

Edgar Hirt is the President of the International Association of Congress Centres (IACC) and Managing Director of CCH, Congress Centre Hamburg