

Die Win-win-Strategen

Wie kommt man eigentlich immer an jene „modernste Tagungstechnik“, mit der vor allem Businesshotels und sonstige Locations unablässig und gar nicht zu Unrecht werben? Antwort: am besten über entsprechend spezialisierte Dienstleister, von denen die Frankfurter KFP inzwischen eine der renommiertesten Adressen darstellt. KFP wurde 1989 gegründet, beschäftigt rund 140 fest angestellte Mitarbeiter und rüstet über diverse Büros an wichtigen M.I.C.E.-Standorten wie Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hamburg, München und Zürich respektable 15.000 Veranstaltungen jährlich aus.



Der nach eigenen Angaben „Marktführer im Bereich der AV-Medientechnologie und -services in Deutschland“ bietet von audiovisuellen Präsentationstechniken über Videoconferencing bis hin zu Outsourcing-Lösungen die gesamte diesbezügliche Palette fürs professionelle Meeting- und Veranstaltungsmanagement.



Klaus Flettner

60 Prozent der Kunden sind Hotels, 30 Prozent kommen aus der Industrie, ein Zehntel von Agenturen. Die Zulieferung technischer Komponenten besonders an Auftraggeber mit mehreren Standorten sowie das Outsourcing für große Konferenzzentren werden als hauptsächliche Geschäftsfelder genannt. Doch nicht ausschließlich, denn zur Hardware kommt noch die Software:

Der Name KFP leitet sich von „Klaus Flettner Projects“ ab – Unternehmensgründer Klaus Flettner war früher Chef der deutschen Lowe Group und hat nicht nur deshalb die strategische Chance der Beratung verinnerlicht. Sein „Five Star Conference Service“ versteht sich neben der technischen Ausrüstung vor allem als One-Stop-Shop und M.I.C.E.-Consultancy. Erlebte Dienstleistungsqualität ist für ihn der „Point of Difference“, denn im Wettbewerb sieht er nur diejenigen bestehen, „die sich in die Bedürfnisse hineinversetzen können.“ Vorteil Soft Skills. Wenn Service und Betreuung immer wichtiger werden, tritt für den Transport

von Botschaften neben dem ‚Was‘ vor allem das ‚Wie‘ in den Vordergrund.

Wo KFP draufsteht, ist Mehrleistung drin. Wohl auch ein Grund, warum die Frankfurter mit ihrer dezentralen Strategie neben dem rein ökologischen Vorteil der Transportwege-Minimierung so erfolgreich sind. Die Verleihung des Business Diamond 2009 in der Kategorie Dienstleistung mag hierfür ein Signal sein. Wegen der rasanten technischen Entwicklung könnten viele Locations ein permanent notwendiges Investment gar nicht mehr leisten, betont Christian Rafflen-



Christian Rafflenbeul

beul, seit vergangem Jahr neben Flettner ebenfalls KFP-Geschäftsführer. Dazu komme die immer wichtigere Inszenierung, weshalb sich der Technik-Provider genauso als Consultant sieht. Und entsprechende Weichen in die Zukunft stellt. KFP ist übrigens zugleich 100%ige Mutter von Change Communication, die vor zwölf Jahren aus der bekannten Agentur Lintas entstanden ist.

www.kfp.de | www.change.de