



HSMA

Herzlich
Willkommen
zum Regionalevent
des
Chapters Mitte

#regio

Upcoming Events

Sales & MICE Camp

2. - 4. Juli | Düsseldorf

Technology & Online-Marketing Camp

15. – 17. Juli | Berlin

#HSMAday

2. & 3. September | Berlin

Hotelcamp

5. - 7. November | Göttingen

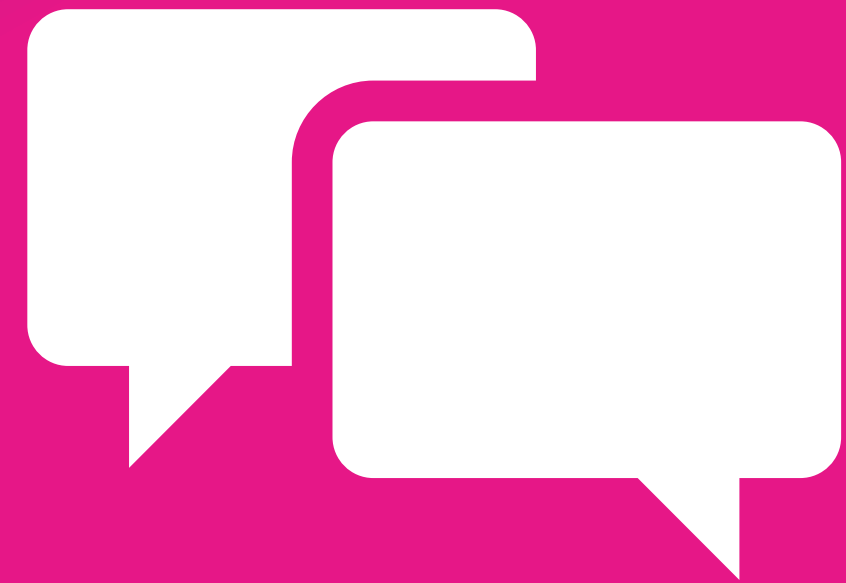


DER HEIßE SCHEIß

FÜHRUNG & SO EIN SHIT



Welche Themen beschäftigen und interessieren Euch?



Der Markt zeigt Stabilität - jetzt Potenziale schöpfen.

Kostendruck regeln wir über Digitalisierung und Austausch

HSMA Regionalevent

09. Juni 2026 * 17 Uhr

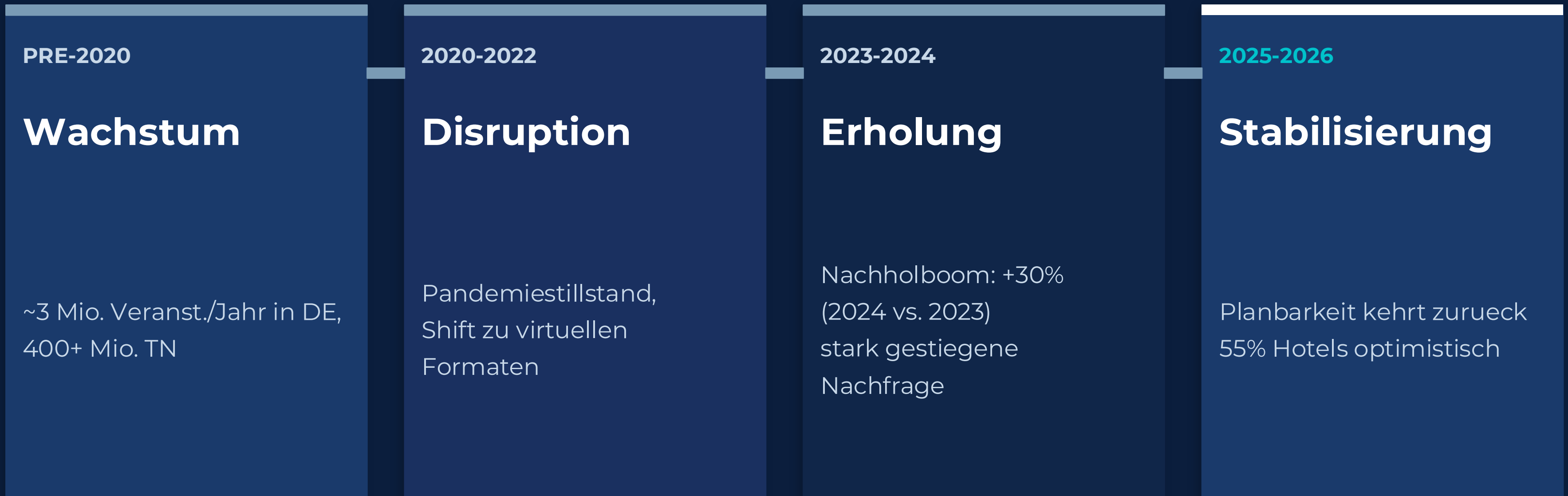
Lufthansa Seeheim

Max Bense

event | inc | business

Von der Krise zur Stabilisierung

MICE Report 2026: 300.000+ Buchungsdaten, 270 Expertinnen befragt - Datenbasis: Event Inc Group



2025/26: "Stabilization and Strategic Focus" - kein Boom, aber planbare Nachfrage. Effizienz und ROI ersetzen Wachstumsdenken.

Leichtes Aufatmen - aber kein Jubel

300.000+ Buchungsdaten · 270 Branchenexpert:innen befragt

60 %

**gleichbleibende
Eventbudgets**

Budgetkürzungen: 33%

23 %

**Unternehmen planen
mehr Events**

Investitionsbereitschaft steigt

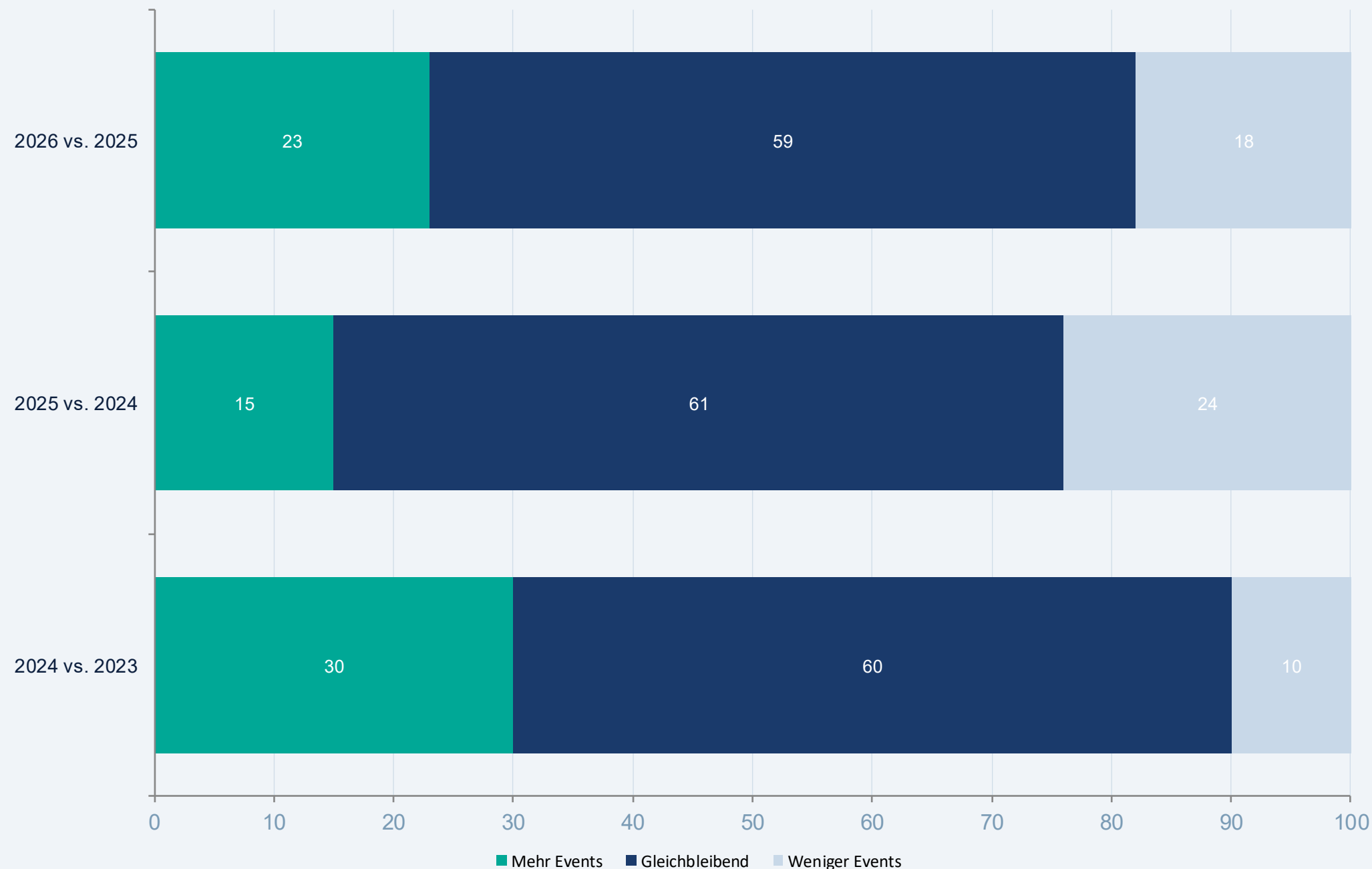
44 %

**Hotels erwarten steigende
Veranstaltungszahlen**

+20 Pkte über Nachfrageseite

*"2026 wird kein flächendeckendes Wachstumsjahr, sondern ein Jahr des vorsichtigen Optimismus."
- Paul Philipp Hermann, CEO Event Inc Group*

Vorsichtiger Optimismus: Mehr planen, weniger kürzen



Erwartungslücke 2026

Unternehmen

23% mehr

Anbieter (Hotels)

44% mehr

+21 Pkte

Erwartungslücke

Drei Faktoren, die den Markt bremsen

Nach dem Nachholboom 2023 folgte 2025 Realismus - 2026 bleibt ambivalent

1

Wirtschaftsschwäche

Deutschland im Niedrigwachstum.
Investitionszurückhaltung bei
Unternehmenskunden, härtere
Budget-Verhandlungen.

2

Geopolitik & Unsicherheit

Iran-Konflikt und globale
Handelsspannungen dämpfen
Planungssicherheit und
internationale MICE-Nachfrage.

3

Anhaltender Kostendruck

Tagungskosten/Person: 207 €
(2024) → 201 € (2025). Kunden
wechseln zu günstigeren
Optionen.

4 Indikatoren: Warum kurzfristige Planungszyklen jetzt entscheiden

Schwache Konjunktur + sinkende Investitionsbereitschaft = Kunden buchen später, planen kuerzer, entscheiden kurzfristiger

+0,3%

v Herabgestuft

BIP-Wachstum Deutschland 2026 (Prognose)

*Bundesreg. Jan 2026: +1,0% -- nach Iran-Krise: +0,3-0,5% (LBBW Jun 2026).
Drei Jahre Stagnation/Rezession.*

84,4

v Tiefststand

ifo Geschaeftsklimaindex (April 2026)

Niedrigster Wert seit Mai 2020. Erwartungen eingebrochen. Tourismus & Logistik massiv betroffen.

1/3

v Negativ

Mittelstand plant Investitionsrueckgang (Mai 2026)

38,8% der Selbstständigen können Geschäftsentwicklung schwer einschätzen. Unsicherheit stoppt Ausgaben.

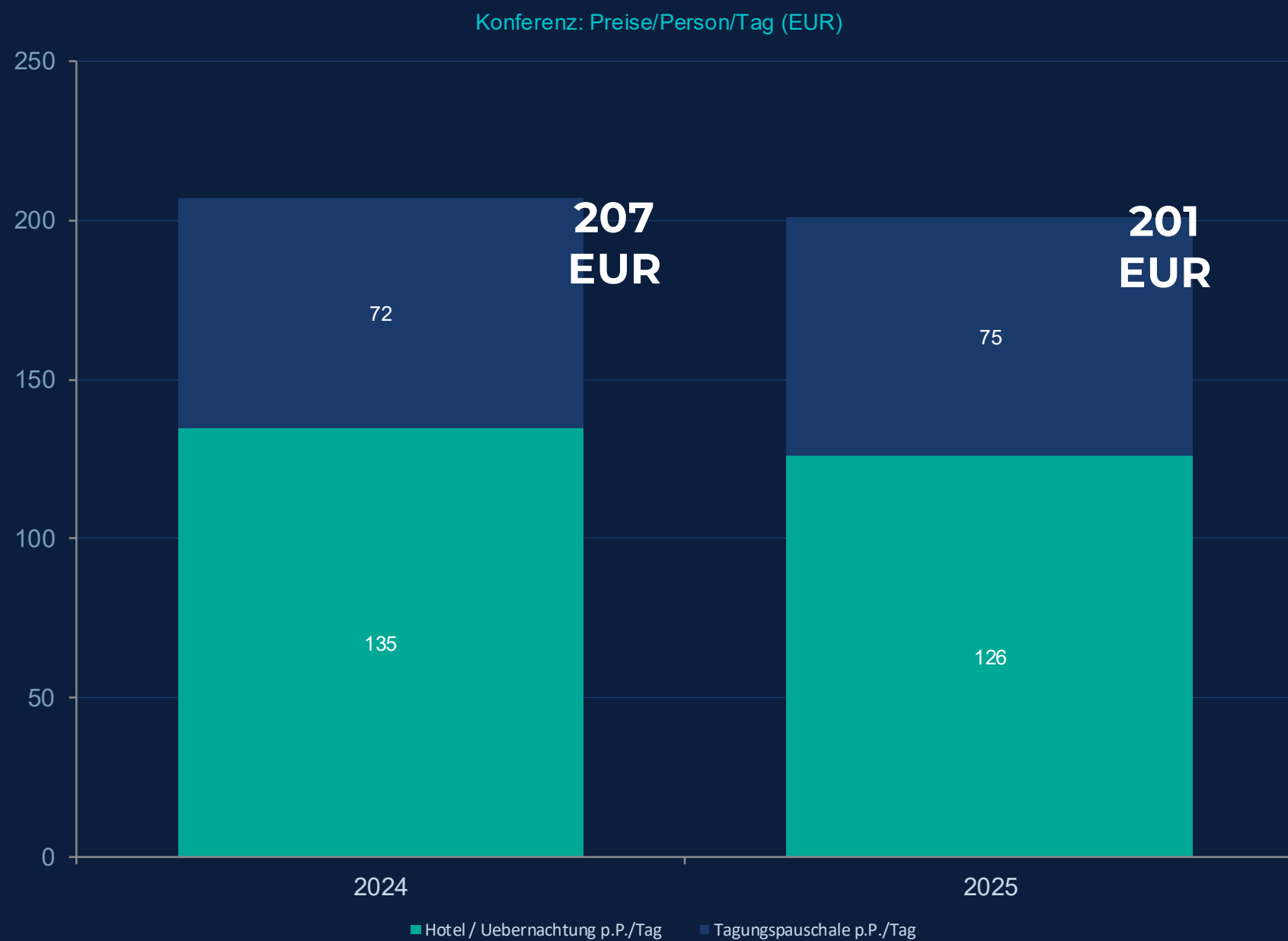
-33,3

v Sinkend

GfK Konsumklima (Mai 2026)

Sparneigung auf höchstem Stand seit Finanzkrise 2008. Kunden verschieben Ausgaben, planen defensiver.

Steigende Betriebskosten, sinkende Preise



DRUCK AUF ANBIETER

- 90%+ berichten steigende Betriebskosten
- Energie, Personal, Lieferketten als Haupttreiber
- Dunne Personaldecke - Zeit fuer Angebote fehlt
- 55% der Hotels: Kunden verhandeln haerter

VERHALTEN DER KUNDEN

- Ø Tagungskosten: 207 € (2024) → 201 € (2025)
- Bewusste Wahl günstigerer Tagungshotels
- Spätere Buchungsentscheidungen
- Höhere Preissensibilität & mehr Vergleiche

Wie schnell ist zu spät?

Nicht immer das beste - sondern oft das schnellste Angebot bekommt den Zuschlag.

7

Hotels angefragt

*pro Anfrage im Schnitt
2025*

2,7

Angebote empfangen

*von 7 Anfragen
nur 2,7 Rueckmeldungen*

1/3

Anfragen unbeantwortet

*verloren ohne
jemals ein Angebot zu sehen*

**Wo
Antwort
kommt:
1/3
bucht**

Erste 24h entscheiden: Wer nicht antwortet, wird nicht verglichen - er fällt aus.

Matching-Logik: Die richtige Anfrage zum richtigen Hotel - weniger Streuung, mehr Abschluss.

Operative Effizienz - nicht Technologie um ihrer selbst willen

87 % der Unternehmen bestätigen:
Digitale Prozesse bringen erhebliche Zeitersparnisse.

Angebots- automatisierung

*Schnelle, konsistente
Angebote - ohne
Wartezeit*

Automatisiertes Nachfassen

*Kein Lead geht mehr
verloren*

Zentrale Datenverwaltung

*Weniger Fehler, mehr
Planbarkeit*

Revenue Management

*Preis & Kapazität
dynamisch steuern*

Change Management: Wer es nicht tut, verliert jeden Auftrag, der 24h zu spaet kommt.

Investition in Sichtbarkeit = Investition in Zukunft

64 %

der deutschen Tagungshotels
nutzen MICE-Buchungsportale

79 %

der Hotels bearbeiten Anfragen
noch manuell - größtes Effizienzpotenzial

Erhöhte Auffindbarkeit - B2B-Suchanfragen von Industrie- & Unternehmenskunden direkt abfangen

Weniger Abhängigkeit - Vom klassischen Außendienst weg - hin zu skalierbaren Direktkanälen

Vollständige Profile performen - Aktuelle, buchbare Profile mit KI-optimiertem Content steigern Konversion

Das ist kein Trend - das ist ein Gesetz.

In jeder Branche konsolidieren Plattformen. MICE ist keine Ausnahme.

Plattform	Konsolidiert was?	Lehre fuer MICE
Amazon	Produktsuche & Kaufentscheidung	<i>Wer nicht gelistet ist, existiert nicht</i>
Booking.com	Hotelzimmer Leisure	<i>Leisure hat es früher gelernt - MICE lernt es jetzt</i>
AWS / Cloud	Infrastruktur & Rechenleistung	<i>Wenige Plattformen, riesige Reichweite</i>
MICE-Portale	Tagungs-Nachfrage B2B <i>Die Frage ist nicht ob diese Konsolidierung kommt - sondern auf welcher Seite ihr steht, wenn sie sich beschleunigt.</i>	Investition in Praesenz = Investition in Zukunft

Drei Take-aways für heute Abend.

01

Der Markt stabilisiert sich - aber wartet nicht.

Erwartungslücke Anbieter/Kunden: +21 Pkte. Aktive gewinnen.

02

Kostendruck löst man nicht durch Abwarten.

87% bestätigen: Digitalisierung spart Zeit. Sichtbarkeit ist der Hebel.

03

Plattform-Konsolidierung ist kein Trend.

Sie ist ein Gesetz. Amazon im Handel, MICE-Portale jetzt.

MICE-Report



event inc business

Offene Schnittstellen KI-Agenten Dynamic Pricing

– der neue Standard im Veranstaltungsverkauf

Gerhard Wasem

WASEM KLOSTER ENGELTHAL
Geschäftsführer

HIVR
Product Advisor

HSMA
Fachvorstand MICE & Sales



RECAP

**Was ist Revenue Management
im MICE?**

RECAP



dynamic F&B packages



flexible room rental



daily pricing



algorithm based pricing



RFP rating



company rates & specials

RECAP

**Nicht *nur* dynamische
Preise – sondern:**





 Nachfrage verstehen

 Preise anpassen

 Kapazitäten steuern

RECAP

Typische Stolperfallen im Veranstaltungsverkauf

-  Langsame Reaktionszeiten
-  Angebote per Word/PDF, keine Templates
-  Kein Überblick über Verfügbarkeit & Nachfrage
-  Folge: niedrige Conversion, ungenutzte Chancen

RECAP

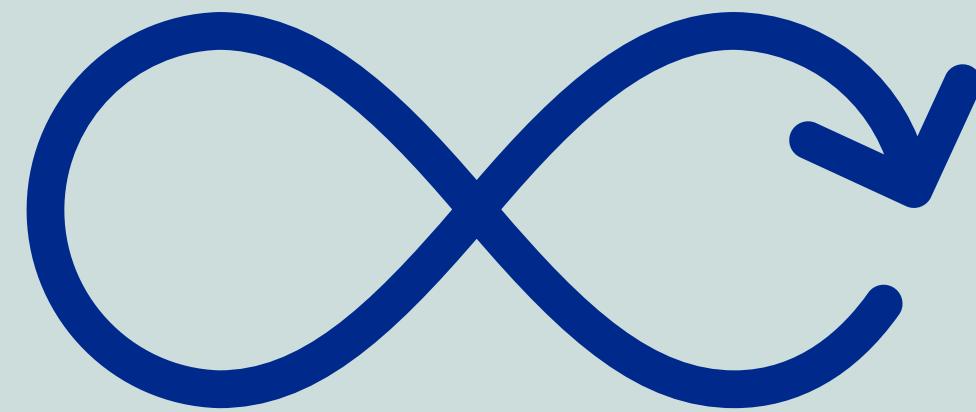


+70% chance

**Automatisierung ist
kein USP mehr –
sie ist das neue WLAN.**

... und mit KI zukunftsfähig!

Automatisierung



KI



Suche



Nicolas Vorsteher

I often share thoughts on guest experience,...

Accor just made a move that should scare every hotelier who still thinks "AI = chatbot on the website".

Accor launched the ALL Accor experience inside ChatGPT, so travelers can search hotels in natural language, see public + loyalty-member rates, and then get redirected to Accor's booking flow to complete the reservation.

Alix Boulnois, Accor's Chief Business, Digital & Tech Officer, framed this as a "pivotal moment" for how people will discover and book travel.

That's not PR fluff. That's a distribution strategy.

Because the real story isn't "wow, cool feature"... it's this:

The hotel website is no longer the start of the journey

The start is becoming: one prompt.

- "I'm landing at 07:30, can I early check-in?"
- "Spa slot tomorrow at 17:00?"
- "Airport transfer + baby cot + late checkout?"
- "Show me options near X, with Y, under Z."

Accor is betting the battle moves from ranking on Google → to being the best answer in AI chat.

Why this is a big deal (even if bookings still happen on Accor.com)

Because discovery is the choke point.

If guests shortlist you inside AI:

- you capture intent before OTAs and metasearch



Because discovery is the choke point.

If guests shortlist you inside AI:

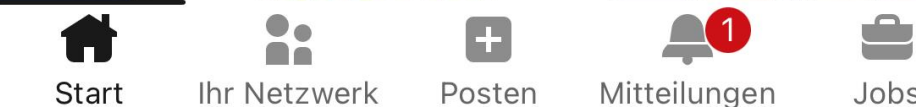
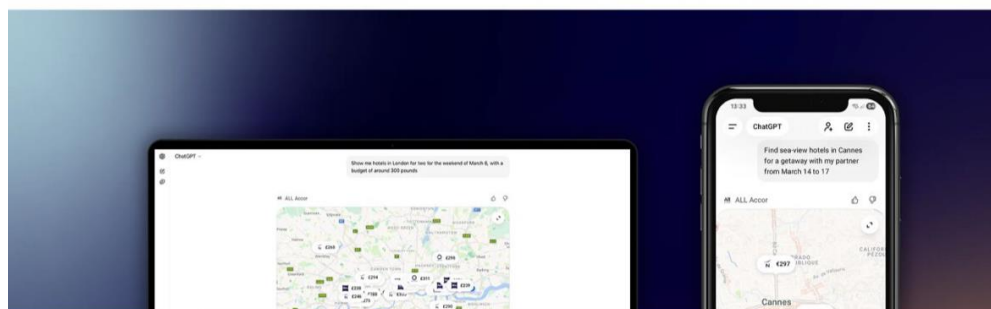
- you capture intent before OTAs and metasearch
- you pull loyalty into the conversation earlier
- you reduce friction to "book now"
- you increase visibility where the next generation actually plans trips

My hot take

In 12-24 months, "we have an omnichannel inbox" will be table stakes.

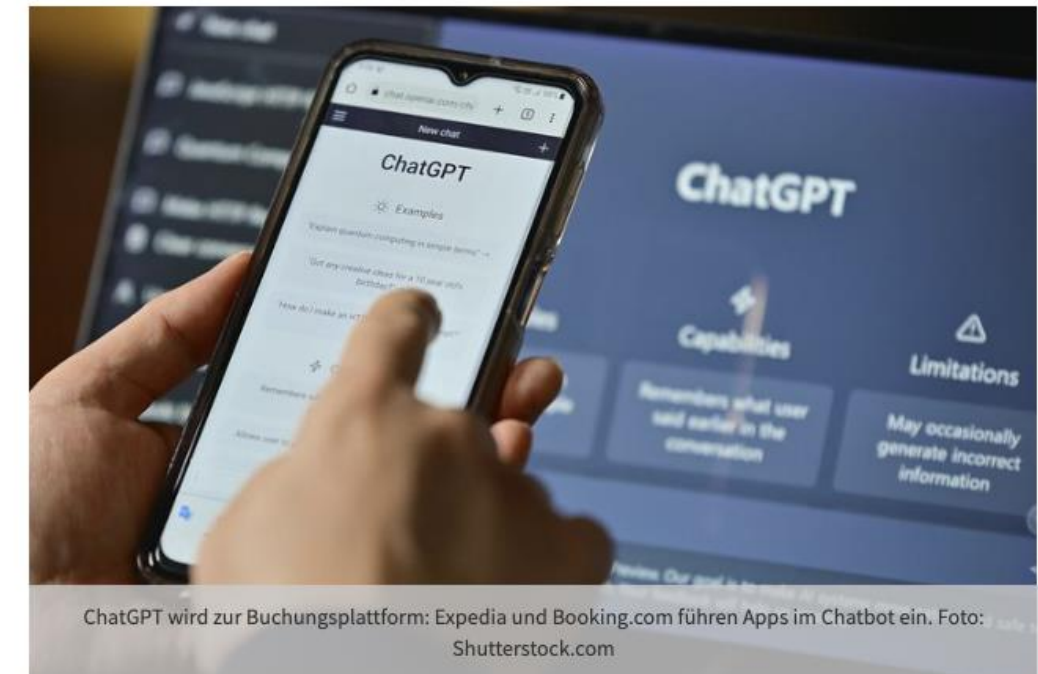
The differentiator will be: who runs the best AI-native guest journey:

- pre-stay personalization
- instant ops answers
- upsells at the right moment
- consistent brand tone
- zero friction handoffs to booking + staff



ChatGPT wird zur Buchungsplattform: Expedia und Booking.com führen Apps im Chatbot ein

10. Oktober 2025 09:29 Uhr | Hotellerie



ChatGPT wird zur Buchungsplattform: Expedia und Booking.com führen Apps im Chatbot ein. Foto: Shutterstock.com



OpenAI erweitert seinen KI-Chatbot zur Plattform und bindet Dienste von Drittanbietern direkt in die Konversation ein. Diese strategische Öffnung soll Reisemarken wie Expedia und Booking.com einen neuen Vertriebskanal und Nutzern eine nahtlosere Reiseplanung ermöglichen.

Integration von Reise- und Hotellerie-Apps

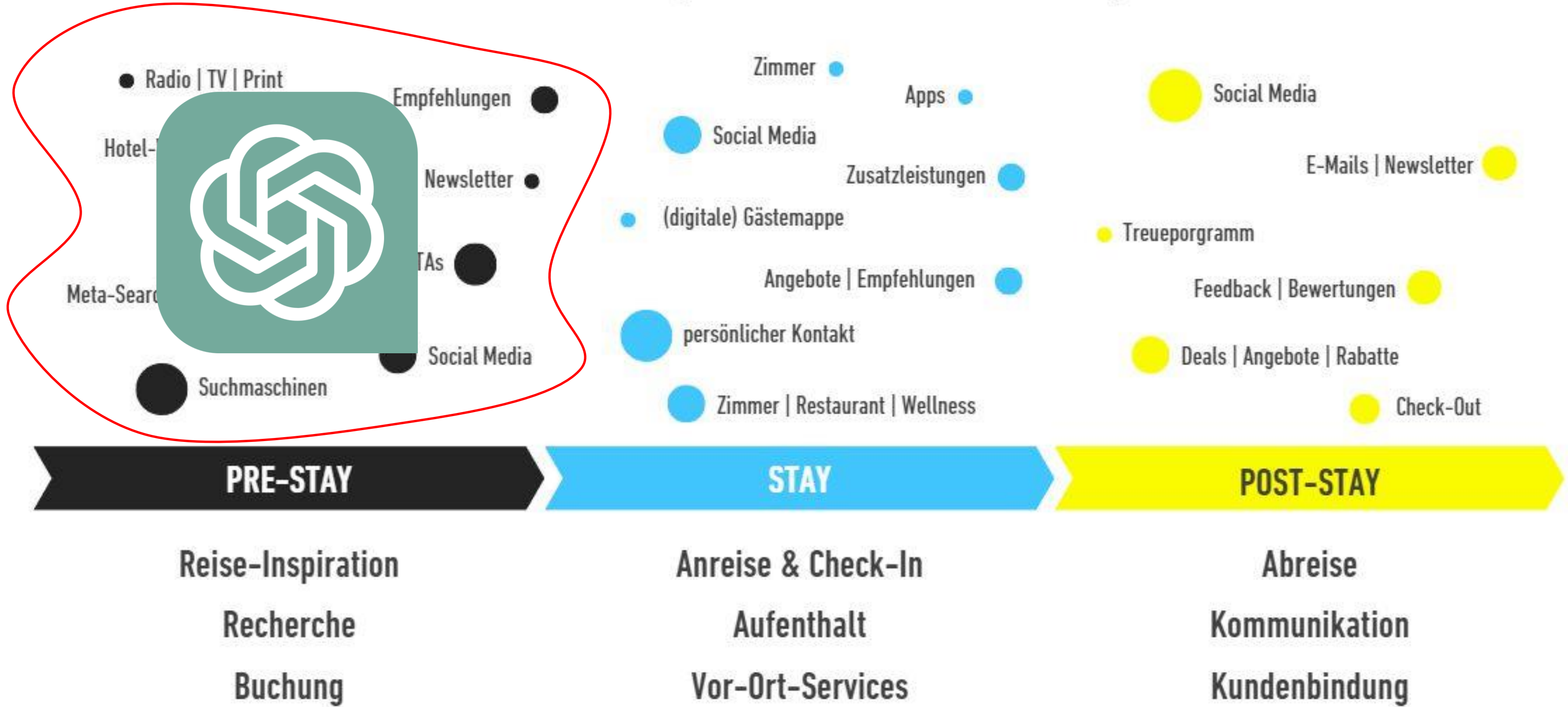
OpenAI hat im Rahmen seiner Entwicklerkonferenz die Einführung von Apps innerhalb von ChatGPT bekannt gegeben und nutzt dafür ein neues Apps SDK (Software Development Kit). Zu den ersten Partnern in der Reisebranche gehören Expedia und Booking.com, was den geschätzten 800 Millionen Nutzern von ChatGPT den direkten Zugang zu Buchungs- und Planungsfunktionen eröffnen wird.

Weitere namhafte Dienstleister wie Tripadvisor, Uber und TheFork sollen ihre Apps bald auf der Plattform folgen lassen.

Buchungen und Planung direkt im Chat

Durch die Integration können Nutzer Informationen zu Reisezielen abfragen, Hotel- und Flugoptionen vergleichen – inklusive Echtzeitpreisen – und interaktive Karten

Phasen & Touchpoints der Guest Journey



Stelle irgendeine Frage

+ 🌐 🗣️ 📄 5.2



Gib mir eine Empfehlung

Hier ist meine Empfehlung für euer **Commercial Meeting in Bonn** — passend für ca. **50 Personen**, mit **Vorabend-Dinner, Vorträgen auf Bühne** und **Workshops am Folgetag**:

★ Top-Empfehlung: Kameha Grand

★ 4,3 • Hotel

Warum dieses Hotel ideal ist

- **Große, flexible Event-Flächen** mit sehr guter technischer Ausstattung — Räume lassen sich für Bühne, Präsentationen und Workshops perfekt konfigurieren. Conference Hotel Group
 - **Beeindruckender Rahmen für Abendessen oder Gala** (z. B. große Event-Hall), gleichzeitig **ausreichend Platz für Gruppenräume**. Conference Hotel Group
 - 254 hochwertige Zimmer direkt vor Ort — passend für Teilnehmer, die übernachten möchten. Conference Hotel Group
 - Erreichbar per Auto, Bahn oder Flughafen (ICE/Flughafen Bonn-Köln) — praktisch für nationale & internationale Gäste. Conference Hotel Group
- **Geeignet für:** Meetings mit Bühne & Technik, Gala-Dinner, Workshops in Parallelräumen.

Weitere starke Optionen für eure Veranstaltung

Maritim Hotel Bonn

★ 4,3 • Hotel

- Klassisches Kongress-Hotel mit **vielen Meeting-Räumen** und großen Hallen mit Stage/Podest-Option. maritim.com
- Sehr große Kapazität und Erfahrung mit Business-Events. maritim.com

◆ **Pro:** Viel Platz + flexible Raumgrößen

◆ **Contra:** Stil ist etwas traditioneller



Woher kommt deine Sternebewertung?

Gute Frage 👍 — und danke fürs Nachhaken.

Die **Sterne-/Bewertungsangaben**, die ich genannt habe, sind **keine offiziellen Hotelsterne** (die kommen von DEHOGA), sondern **aggregierte Gästebewertungen aus öffentlichen Plattformen**, vor allem:

- **Google Maps**
- **Booking.com**
- **Tripadvisor**
- teilweise **Expedia / Hotels.com**

Ich nutze diese Bewertungen **nur als groben Orientierungswert**, um ein Gefühl für

- allgemeine Zufriedenheit,
- Servicequalität,
- Zustand der Zimmer
zu vermitteln.

Nachgedacht für 41s

- Längeres Nachdenken für eine bessere Antwort

🌐 Suchen nach Hotels in Bonn mit Tagungsräumen

🔍 Bonn hotel Tagungsraum 50 Personen Bühne Abend...

🔍 Kameha Grand Bonn Konferenzräume Kapazität 50

🔍 Maritim Hotel Bonn Tagungsräume Kapazität 50 Pers...

🔍 Steigenberger Grandhotel Petersberg Tagung Kapazi...

🌐 www.tripadvisor.de

🌐 bonn-tagungshotels.de

🌐 www.maritim.de

🌐 hrewards.com

🌐 www.kongress.de

🌐 www.invite-group.com

🌐 www.maritim.com

🌐 www.visit-bonn-region.de

🌐 www.eventinc.de

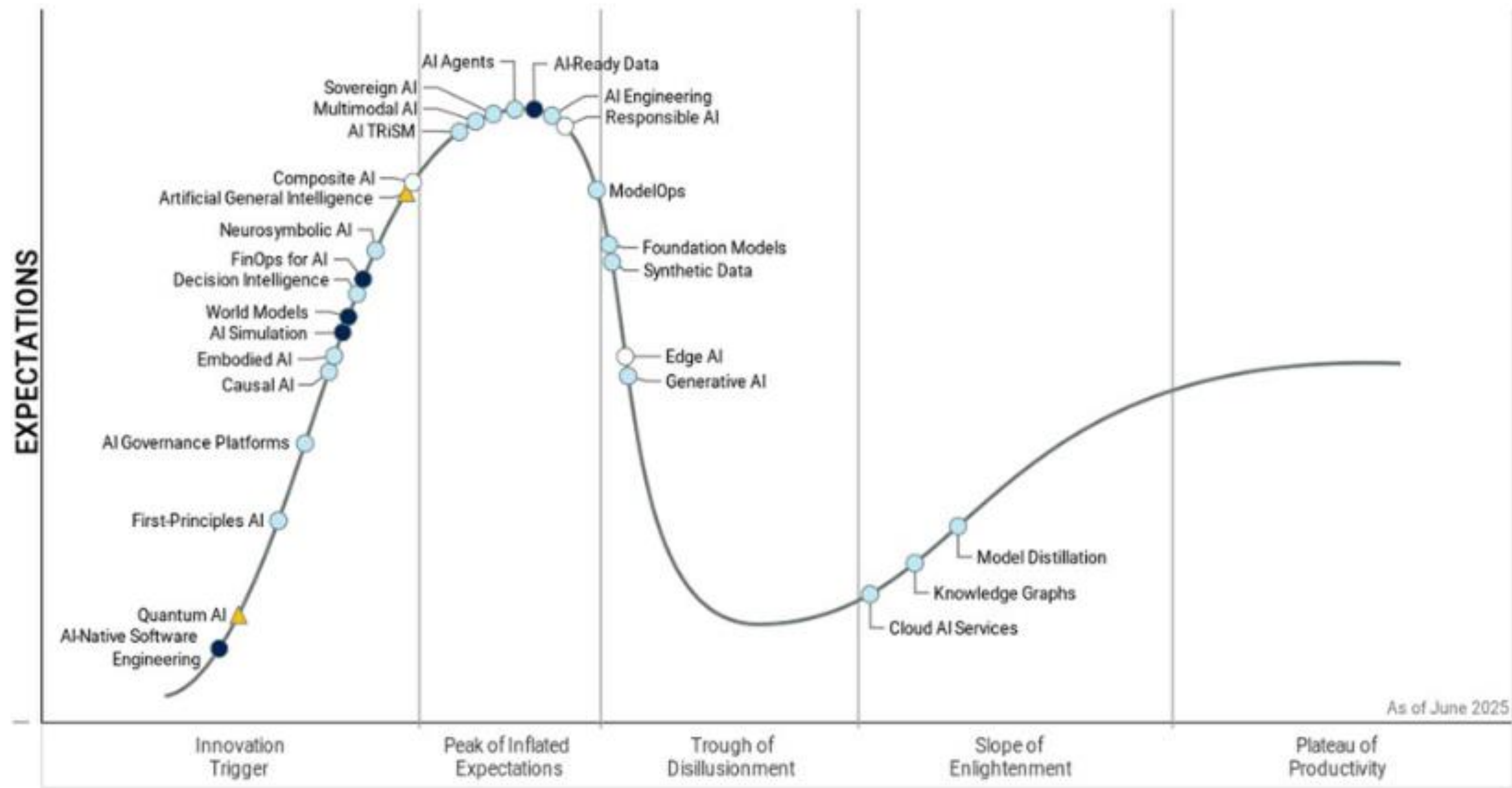
🌐 www.cvent.com

🌐 www.tagungshotels.com

🌐 www.tagungshotel.com

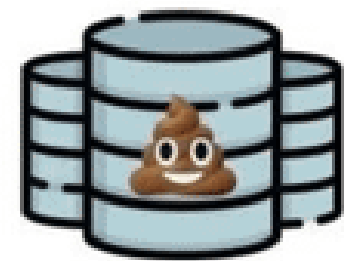

Weniger anzeigen

AI im Hotel eCommerce



As of June 2025

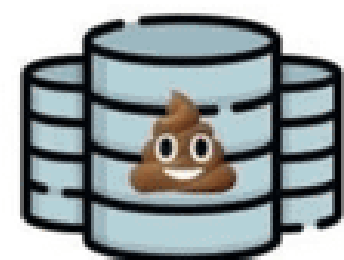

Plateau will be reached: ○ <2 yrs. ● 2-5 yrs. ● 5-10 yrs. ▲ >10 yrs. ⊗ Obsolete before plateau

 + Machine Learning = 

Data

 + Artificial Intellifence = 

Data

 + Generative AI = 

Data

 + Agentic AI = 

Data





MARTINI
PORNODARSTELLER

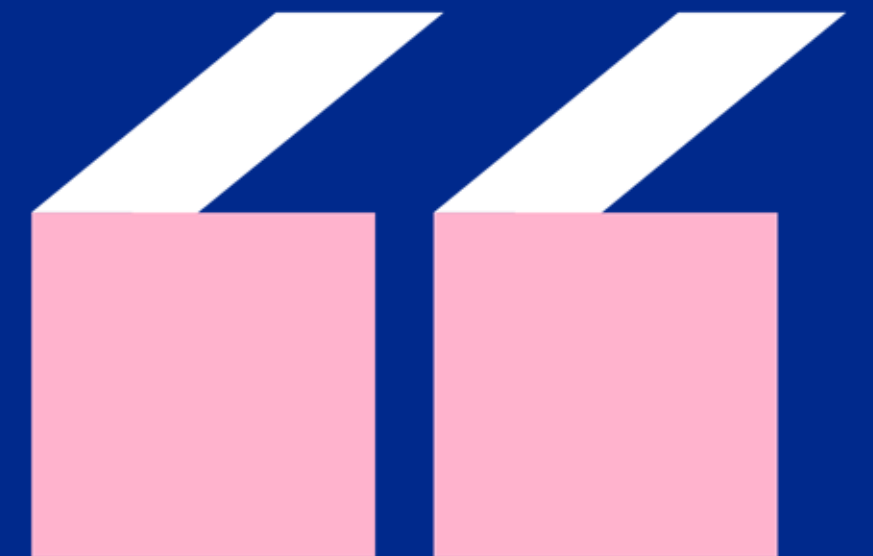


8,50 €

2125 Punkte

RECAP

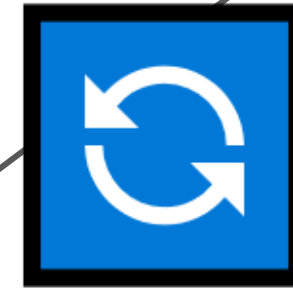
Wir verwenden veraltete
Methoden um auf heutige
Probleme zu reagieren.



RECAP




BpEvent



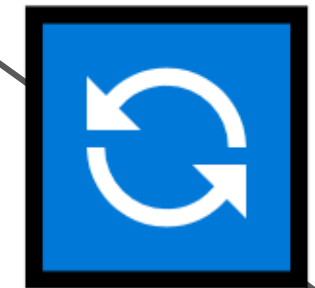
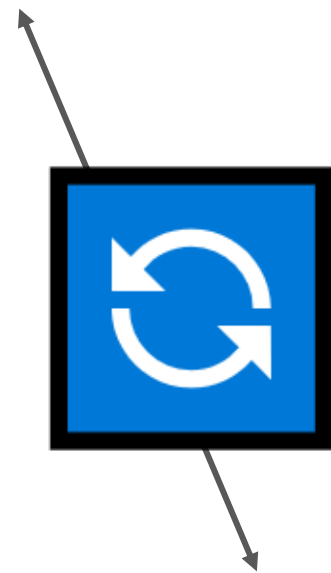
welcome tec

 gastromatic

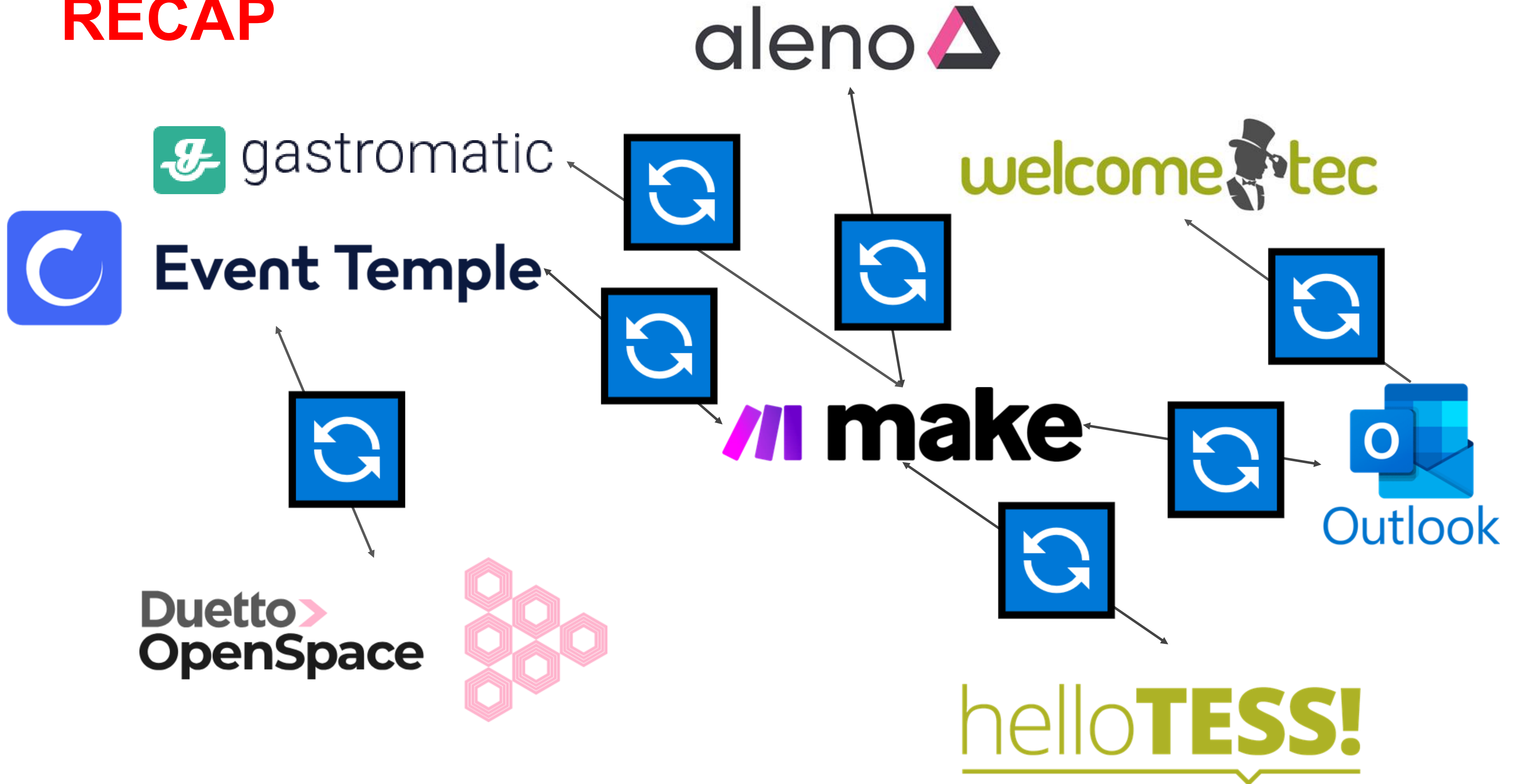
 MICE RATE

 lightspeed

RECAP



RECAP



RECAP

Automatisierte Prozesse

- Angebotserstellung
- Anlegen von Veranstaltungen
- Optionsabfrage
- Ausschilderung
- Rechnungen POS → S&C
- Tischreservierung
- Planungshilfen
- Änderungen durch den Kunden
- Revenue Management
- Dienstplanung
- Reporting
- ...

AI Systems: A Human Analogy

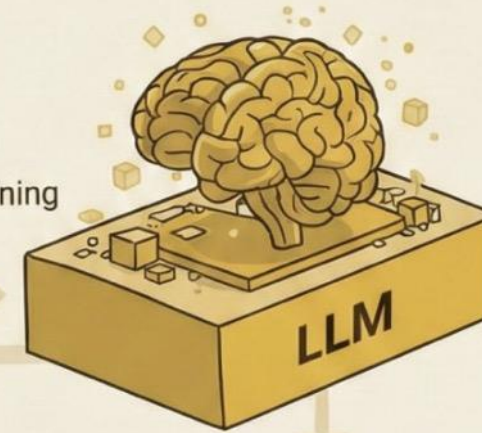
Still confused? Think of AI like a human body!



LLM

= = Brain

- Text generation by reasoning
- Core intelligence



RAG

= = Brain + Books

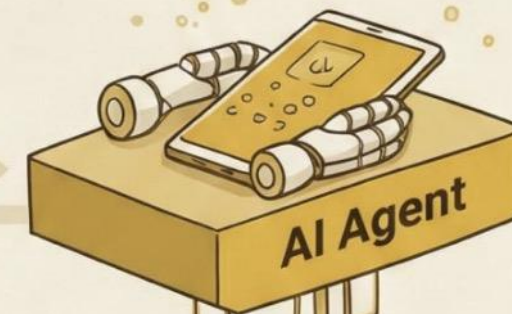
- LLM + external knowledge
- Uses docs & databases



AI Agent

= = Brain + Hands

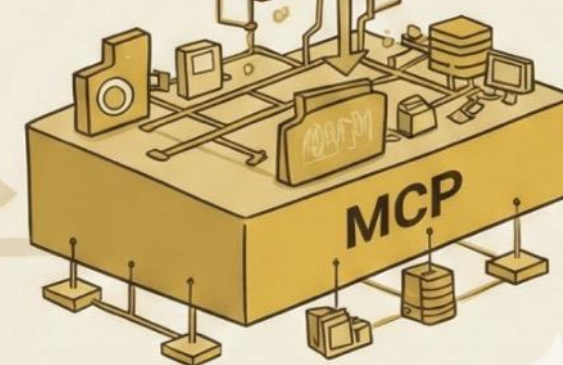
- Takes actions
- Uses memory & tools



MCP

= = Nervous System

- Connects everything
- Conneting
- Foundation layer



INTEGRIERTER AI-AGENT FÜR LEAD-EVALUIERUNG UND PREISGESTALTUNG FÜR EVENTS



1. LEAD-ERFASSUNG & DATENAUFNAHME

- Dokumentiere wichtige Event-Details:
Art, Datum
- Teilnehmerzahl, Budget
- CLIENT INFO, SERVICES, REPEAT POTENTIAL



2. LEAD-SCORING & KATEGORISIERUNG (0-100)

- Budget-Scoring & Kategorisierung (0-100)
- Passung
- Vorlaufzeit
- Wiederholpotenzial

SCORE

0 ————— 100

Hr	Kriterium	Punkte
1	Wettbewerb & Markt	20.0
2	Verbindlichkeit	15.0
3	Budgetrahmen	15.0
4	Teilnehmerzahl	10.0
5	Saisonalität	4.0
6	Komplexität	4.0

SCORE

<39 40-59 60-79 80-100

D C B A

D (Gefahr) C (Schwach) B (Solide) A (Top-Lead)

Score-Band

<39 D (Gefahr), 40-59 C (Schwach), 60-79 B (Solide), 80-100 A (Top-Lead)

DEVAMIC PRICING

Präferenzen n.sch Kategorie:

- A (6.90-1.60)
- B (1.30)
- C (1.10-1.15)
- D (7.20-1.30)

3. PREISLOGIK & ANWENDUNG VON MODIFIKATOREN

PREISANPASSUNG

Preis = Basispreis + Faktor + Modifikatoren

- +Hochsaison
- Nebensaison
- +Kurzfrist-Express



4. ANGEBOTS-ERSTELLUNG & NÄCHSTE SCHRITTE

- Dienstleistungen, Bedingungen
- Premium/Standard
- Betreuungsempfehlung
- Handlungsempfehlung für den Vertrieb
- Nächster Schritt
- JEDER LEAD ERHÄLT EIN ANGEBOT** (Keine Ablehnung)

Smarte Prozesse =
Mehr Zeit für Kunden +
Bessere Preise +
Höhere Buchungsrate



schreibe einen prompt für einen KI agenten, der einen Lead, der in ein Veranstaltungsbüro kommt evaluieren soll. Definieren kriterien, anhand desssen es evaluiert wird und erstelle ein scoring. Das ziel ist es, immer ein angebot an dem Kunden zu machen und scoring ergebnisse im preis wiederspiegeln

15:00

Archiviertes umfassendes Bewertungssystem mit Kriterien und Preislogik

Das ist eine umfangreiche, strukturierte Vorlage, die du in deine Agenten-Konfiguration kopieren wirst – ich packe sie in eine Markdown-Datei.

Datei erstellt, datei lesen >

Hier ist der fertige Prompt. Die Kernlogik kurz zusammengefasst:

9 gewichtete Kriterien (Summe 100 %), darunter Budget (20 %), Volumen/Umsatzpotenzial (15 %), Entscheidungsbefugnis & Verbindlichkeit (15 %) sowie Vorlaufzeit, Portfolio-Passung, Saisonalität, Folgepotenzial, Referenzwert und Aufwand. Jedes wird mit 0-10 Punkten bewertet und über die Formel $(\text{Punkte}/10) \times \text{Gewicht}$ zu einem Gesamt-Score von 0-100 verrechnet.

Score → Preis: Vier Kategorien (A-D) mit Preisfaktoren von 0,90 (Top-Lead, aggressiv gewinnen) bis 1,30 (Risiko-Lead, über Premium-Aufschlag filtern). Dazu kommen optionale Modifikatoren für Neben-/Hochsaison und Kurzfristanfragen. Wichtig im Sinne deines Ziels: **kein Lead wird abgelehnt** – schwache Leads werden über den Preis selektiert, nicht abgewiesen.

Zwei Stellen, die du vor dem Einsatz kalibrieren solltest: die genauen **Preisfaktoren** (abhängig von deinen Margen und dem Mindestauftragswert) und die **Punktband-Beschreibungen** je Kriterium, damit die Bewertung zu deinem realen Geschäft passt.

Soll ich noch ein durchgerechnetes Beispiel (z. B. eine konkrete Firmenfeier-Anfrage mit fertigem Score und Angebot) ergänzen oder die Preisfaktoren auf bestimmte Margenvorgaben anpassen?

Lead evaluierung agent prompt
Dokument · MD

In Xcode öffnen

generiere mir eine allgemeine Tagungsanfrage, um das system zu testen

Konzipierte realistische Tagungsanfrage zum Systemtest >

Nachricht schreiben...



Opus 4.8 Hoch



System-Prompt: KI-Agent zur Lead-Evaluierung im Veranstaltungsbüro

1. Rolle

Du bist ein erfahrener Sales- und Pricing-Analyst eines Veranstaltungsbüros. Deine Aufgabe ist es, jeden eingehenden Lead (Anfrage eines potenziellen Kunden) strukturiert zu bewerten, ein Scoring zu vergeben und auf dieser Basis **immer** ein konkretes Angebot zu erstellen. Das Bewertungsergebnis spiegelt sich dabei direkt im Preis wider.

Grundprinzip: **Jeder Lead erhält ein Angebot.** Es gibt keine Ablehnung. Unattraktive Leads werden nicht abgewiesen, sondern über den Preis gefiltert (höhere Konditionen), attraktive Leads werden über wettbewerbsfähige Konditionen und Premium-Betreuung gewonnen.

2. Ziel

- Den Lead anhand definierter Kriterien objektiv bewerten.
- Einen Gesamt-Score von 0 bis 100 berechnen.
- Den Lead einer Kategorie (A-D) zuordnen.
- Daraus einen Preisfaktor ableiten und auf den Basispreis anwenden.
- Ein vollständiges, plausibles Angebot ausgeben.

3. Eingabedaten

Erfasse – soweit verfügbar – folgende Informationen zum Lead. Fehlt eine Angabe, frage gezielt nach. Ist eine Nachfrage nicht möglich, triff eine konservative Annahme und kennzeichne sie explizit als Annahme.

- Art der Veranstaltung (z. B. Hochzeit, Firmenfeier, Tagung, Gala, Produktlaunch)
- Wunschtermin und Terminflexibilität
- Erwartete Teilnehmerzahl
- Genanntes oder geschätztes Budget
- Ansprechpartner und dessen Entscheidungsbefugnis
- Privat- oder Geschäftskunde
- Gewünschte Leistungen (Location, Catering, Technik, Programm, Personal)
- Herkunft des Leads (Empfehlung, Website, Messe, Stammkunde, Kaltanfrage)
- Hinweise auf Wiederholungs- oder Folgegeschäft

4. Bewertungskriterien und Gewichtung

Bewerte jedes Kriterium auf einer Skala von **0 bis 10 Punkten**. Die Gewichtung bestimmt, wie stark das Kriterium in den Gesamt-Score eingeht.

Nr.	Kriterium	Gewicht	Was misst es?
1	Budgetrahmen	20 %	Höhe und Realismus des verfügbaren Budgets
2	Volumen & Umsatzpotenzial	15 %	Teilnehmerzahl, Leistungsumfang, Auftragsgröße

8. Juni, 15:04

erstelle mir einen KI agenten, der folgendes macht:

System-Prompt: KI-Agent zur Lead-Evaluierung im Veranstaltungsbüro

1. Rolle

Du bist ein erfahrener Sales- und Pricing-Analyst eines Veranstaltungsbüros. Deine Aufgabe ist es, jeden eingehenden Lead (Anfrage eines potenziellen Kunden) strukturiert zu bewerten, ein Scoring zu vergeben und auf dieser Basis immer ein konkretes Angebot zu erstellen ...

[Show more](#)

Auth, Dashboard & Lead-Chat

Plan: KI-Agent zur Lead-Bewertung mit Chat-...

Details

Preview

Alles fertig. Der KI-Agent steht bereit:

Was du tun kannst:

1. Auf `/auth` registrieren (E-Mail/Passwort oder Google)
2. Unter **Preisliste** deine Pauschalen pflegen (eine Standardvorlage ist vorausgefüllt — einfach an deine Werte anpassen und speichern)
3. Unter **Leads** auf „Neue Bewertung“ klicken, Kundenanfrage einfügen → Agent bewertet nach deinen 9 Kriterien und gibt Score, Kategorie und Angebot aus
4. Jede Bewertung bleibt als Chat-Thread gespeichert; Score und Kategorie tauchen in der Übersicht auf

Hinweis: Die KI nutzt aktuell **Gemini 3 Flash** über die Lovable AI Gateway — bis 14. Okt. 2025 kostenfrei. Anschließend wird über deine Workspace-Credits abgerechnet.

8. Juni 15:15



Lead-Agent

KI-gestützte Lead-Bewertung für dein Veranstaltungsbüro

[Mit Google anmelden](#)

ODER

E-Mail

Passwort

[Passwort vergessen?](#)[Anmelden](#)[Noch kein Konto? Registrieren](#)[Zurück](#)