

PRESSEINFORMATION

Neue degefest-TrendAnalyse: Restart aus der Corona-Krise

Veranstaltungshäuser und deren Angebote müssen künftig vor allem eines werden - flexibler

Oberhausen, 26. Oktober 2020 – Der Veranstaltungsmarkt erlebt seit ca. 30 Jahren einen Boom. Dann kam „Corona“: Die Covid19-Pandemie hat das gesamte Leben weltweit auf den Kopf gestellt. Eine der ganz besonders betroffenen Branchen ist die Veranstaltungswirtschaft. Zu den Auswirkungen der Pandemie hat der degefest Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft e.V. eine aktuelle Studie initiiert und Mitglieder aus den eigenen Reihen, die Veranstaltungshäuser leiten, befragt. Erstellt wurde die Studie „degefest TrendAnalyse – Restart 2020/21: Via Best Practice aus der Krise“ durch Prof. Dr. Jerzy Jaworski von der Fakultät für International Business an der Hochschule Heilbronn.

Die im degefest Verband organisierten Tagungsstätten – das sind Kongress- und Veranstaltungszentren, Bildungszentren sowie Häuser der Tagungshotellerie – stellen rund 85 Prozent der Mitglieder. Deren Umgang mit bzw. Erfahrungen aus der Pandemie sowie die Einschätzungen zur Zukunft stehen im Fokus der Studie. Ganz oben rangiert hierbei die Frage, wie Kunden für die Präsenzveranstaltung vor Ort gewonnen werden können, wenn im Zuge der Pandemie reine Online-Veranstaltungen das originäre Kerngeschäft der Veranstaltungshäuser bedrohen. Die gute Nachricht: Es gibt Möglichkeiten. Rund zwei Drittel der Befragten (66,7%) sehen diese besonders im Bereich neuer Veranstaltungsformate und hierbei vor allem bei partizipativen Formaten und Hybridveranstaltungen gegeben. Rund ein Drittel (33,9%) setzen auf verstärkte Akquisitionsbemühungen. Bei einem Viertel (25,9%) dominiert der Optimismus, dass Präsenzveranstaltungen „schon bald“ wieder zunehmen werden – sei es aus sozialen Gründen oder dass geschlossene Veranstaltungen hinzukämen.

Die Chance liegt in der Differenzierung

Eine große Mehrheit der Antworten (70,4% bzw. 38 von 54) geht davon aus, dass das Veranstaltungsangebot in Zukunft differenzierter gestaltet werden muss. Differenzierungsmerkmale seien etwa das wirtschaftliche Potential von Kunden, Hygienekonzepte oder auch die stärkere Konzentrierung auf lokale Firmen und Verbände. Als Dienstleistungen würden die technische Übertragung in mehrere Räume (Streaming) sowie Reinigungs- und Sicherheitsdienste die größte Zunahme erfahren. Jeder Dritte merkt allerdings an, dass die Kunden für erhöhten Hygieneaufwand keine höheren Rechnungen bezahlen wollten – dies kostet also Geld. Auch im Bereich der Gastronomie entstehen große

Herausforderungen – sind die gastronomischen Erlöse doch ein wichtiger wirtschaftlicher Beitragsfaktor im Veranstaltungshaus. Portioniertes Essen, mehr Platzbedarf/Abstand und weniger Exklusivität werden als mögliche nachhaltige Veränderungen genannt. Außerdem das Aus für große Bankettveranstaltungen; Buffets und Selbstbedienung werden in Frage gestellt. Schrumpfen wird dem zufolge auch die Nachfrage nach Rahmen- und Begleitprogrammen, Teambuilding- und Incentive-Angeboten sowie Barbetrieb – also das, wo Abstand halten schwierig ist.

Hybride Veranstaltungen im Gesamturteil

Dennoch lebt die Branche vom persönlichen Sich-Treffen auf Präsenzveranstaltungen, auf die der Betrieb von Tagungs- und Veranstaltungsstätten ja wirtschaftlich ausgerichtet ist. Als Alternative bieten sich hybride Tools an. Wie wird die Veranstaltungswirtschaft künftig damit umgehen? Die Befragten der degefest-Studie haben etliche positive, aber auch negative Auswirkungen aufgrund der vermehrten Anzahl der hybriden Veranstaltungen erkannt. Positiv etwa seien: Die Erweiterung der Teilnehmerkreise über die Raum- bzw. Bestuhlungskapazitäten hinaus, die Generierung weiterer Umsätze durch das Anbieten von zusätzlichen IT-Leistungen, schnellere Amortisierung von Investitionen in die Kommunikationstechnik, Veranstaltungen die u.U. abgesagt werden müssen, können doch – zumindest online – stattfinden, dadurch niedrigere Personal- und Reinigungskosten, sowie die Intensivierung der (Stamm)Kundenkontakte. Außerdem lassen sich bestimmte Formate wie z.B. Hauptversammlungen nach aktuellem Recht weiterhin hybrid realisieren. Auch die Raumbellegung gestaltet sich in der Terminierung nun flexibler.

Dem stehen Umsatzverluste im Vermietgeschäft durch geringere Teilnehmerzahlen mit parallelem Rückgang der Einnahmen im F&B-Bereich gegenüber. Umgekehrt erhöht sich der finanzielle und technische Aufwand erheblich, da neue Prozessabläufe erst gelernt werden müssen (etwa durch Mitarbeiterschulungen) sowie hohe Investitions- und Betreuungskosten in der IT-Technik entstehen. Aus dem besonderen Risiko des Technikversagen entsteht u.U. eine Abhängigkeit von externen Dienstleistern. Betriebswirtschaftliche Anspannung ergibt sich bei hybriden Veranstaltungen auch durch zusätzliche Kosten, die auf Seiten der Häuser notwendig, gegenüber den Kunden aber schwer zu verkaufen sind. Bei einer Verdrängung der Präsenzveranstaltung drohen der Verlust der persönlichen Kundenkontakte (Face to face), von Arbeitsplätzen sowie im schlechtesten Fall gar der Existenzberechtigung des Veranstaltungshauses. Die Gefahr, dass hybride Veranstaltungen künftig von rein digitalen Formaten verdrängt werden, beantworten die Befragten mit leichter Tendenz, dass dies nicht der Fall sein wird. Über 18 Prozent (18,37%) glauben dagegen an eine Renaissance der physischen Begegnungen.

Weitere Ergebnisse und Fazit

Das liegt vermutlich auch daran, dass nur 16,3% der befragten Betreiber der Veranstaltungshäuser angeben, dass ihre rein digitalen Veranstaltungen profitabel seien. Dennoch sehen viele die Notwendigkeit, dass ihr Haus in den Bereichen Technik, Internet-Übertragungsgeschwindigkeit und Fachwissen des Personals „aufrüsten“ muss, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Kunden werden im Hinblick auf den Hybrid-Tool-Einsatz oft noch als unerfahren angesehen, was einen intensiven Beratungs- und Betreuungsaufwand erfordert (48,1% der Antworten). Knapp 80 Prozent der Befragten melden einen starken Rückgang der Buchungen im 4. Quartal 2020 gegenüber dem Vergleichsquarter in 2019. Dennoch habe sich die Situation insgesamt noch nicht signifikant negativ auf die Personalpolitik ausgewirkt – wohl ein Indiz dafür, dass Hoffnung in die Zukunft des Geschäftsfeldes besteht. Zu den erwarteten Auswirkungen der Covid19-Pandemie auf die Destination, in der sich das Veranstaltungshaus befindet, wird einhellig ein Rückgang der „Business Traveller“ und damit der Nachfrage nach Gastronomie und Catering erwartet. Die Attraktivität der jeweiligen Destination bleibe jedoch davon unberührt, da die Pandemie von den Standorten nicht selbst verschuldet wurde.-

Erhebungsmodus

Die Daten zur Studie wurden im Rahmen einer Online-Befragung im Zeitraum Mitte Juli bis Mitte August 2020 erhoben. Befragt wurden Geschäftsführer oder Personen, die in leitenden Funktionen in deutschen Veranstaltungshäusern tätig sind und zugleich auch Mitglieder des Verbands degefest sind. Allen ist gemeinsam, dass sie sich seit dem Ausbruch der Covid19-Pandemie tagtäglich mit dem Management diverser Veranstaltungen unter komplett veränderten Bedingungen konfrontiert sehen. Die Mehrzahl der Antworten stammt aus Veranstaltungshäusern, die im Schnitt mehr als 200 Veranstaltungen jährlich durchführen, über 25 Mitarbeiter in Vollzeit beschäftigen und deren Kunden vorwiegend aus Deutschland stammen. Mit fast vierzig (38,6%) Prozent Rücklaufquote im Rahmen der Befragung kann auf ein sehr hohes Interesse an der Thematik – d.h. Bewältigung der wirtschaftlichen Folgen und unternommene Lösungsansätze - geschlossen werden.

Prof. Dr. Jerzy Jaworski, der die Studie „degefest TrendAnalyse – Restart 2020/21: Via Best Practice aus der Krise“ erstellt hat, ist Mitglied im Wissenschaftlichen Beirat des degefest und vertritt seit 1990 an der Hochschule Heilbronn die Bereiche MICE Industrie und den damit verbundenen Geschäftstourismus in Forschung und Lehre.

Die Studie steht degefest-Mitgliedern kostenlos zur Verfügung und wird durch die Geschäftsstelle verschickt. Weitere Interessierte können die Studie per Mail unter info@degefest.de anfragen.

Bei Rückfragen können Sie uns gerne kontaktieren:

degefest – Verband der Kongress- und Seminarwirtschaft e.V.

Jutta Schneider-Raith, Geschäftsstellenleitung

Duisburger Str. 375

46049 Oberhausen

www.degefest.de

info@degefest.de

Tel. 0800 – 2288227