

# Die Transformation des Veranstaltungsmarktes

*Bedeutung von Business Events für die Entwicklung von Destinationen – Anforderungen an Destinationen und Leistungsträger im gesamten Ökosystem von Veranstaltungen*

## Die Rolle von Business Events

Wir blicken einer in allen Lebensbereichen komplexen Zukunft entgegen – ökonomisch, sozial, politisch. Bei allen Herausforderungen und sicherlich auch schwierigen Aufgaben, die damit verbunden sind, entsteht daraus für die Veranstaltungswirtschaft zurzeit ein großer Möglichkeitsraum. Die Relevanz von Meetings, Tagungen und Kongressen ist ungebrochen: In einem vielschichtigen Umfeld mit globalen Herausforderungen wie Klimawandel und Pandemie bleiben sie eines der wesentlichen Instrumente zur Lösung komplexer Sachverhalte. Menschen, die im beruflichen Kontext zusammenkommen, sorgen für Wissenstransfer und die Bildung neuer Netzwerke. Business Events setzen wertvolle Impulse für wirtschaftliche, gesellschaftliche und politische Prozesse.

Durch die zunehmende Komplexität und die Verflechtung zahlreicher Trends, wird es auch in Zukunft zu signifikanten Veränderungen und einer Ausdifferenzierung im Nachfrageverhalten von Kund\*innen kommen, die es am Tagungsstandort Deutschland zur Sicherung künftiger Marktanteile zu adressieren gilt.

## Business Events am Standort Deutschland

Business Events spielen für den Wirtschaftsstandort Deutschland eine bedeutende Rolle. Eine erstklassige Infrastruktur, ausgezeichnete Kompetenzen in Wirtschaft und Wissenschaft, Innovationsstärke und ein attraktives Anbieter-Netzwerk machen Deutschland zu einem weltweit führenden Tagungs- und Kongressstandort. Vor Beginn der Pandemie nahm Deutschland als Tagungs- und Kongressdestination im weltweiten Vergleich regelmäßig Spitzenpositionen ein, unter anderem in den Rankings der »International Congress & Convention Association« (ICCA) oder im IPK World Travel Monitor. Knapp drei Millionen Veranstaltungen mit über 420 Millionen Teilnehmenden fanden 2019 in Deutschland statt.

Um diese Potenziale optimal nutzen zu können, gilt es mit Agilität auf kommende Veränderungen zu reagieren. Das Denken in Szenarien, die uns auf unterschiedliche „Zukünfte“ von Business Events vorbereiten, kann zu einer solch agilen Haltung maßgeblich beitragen.

Der **Innovationsverbund »Future Meeting Space«** wurde 2015 vom GCB German Convention Bureau e.V. und dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO ins Leben gerufen. Er antizipiert seit 2015 relevante Entwicklungen in der Veranstaltungswelt systematisch, um daraus Hinweise auf künftige Anforderungen organisatorischer, technologischer und räumlicher Art abzuleiten. Gemeinsam mit vielfältigen Forschungspartnern,

Strategic Partners



Strategic Exhibition Partner



zu denen 2022 auch die KölnTourismus GmbH zählt, zeigt der Innovationsverbund wie wichtig Veranstaltungen für die Entwicklung von Regionen und Städten sind und welche Rolle die verschiedenen Stakeholder spielen, um ein ideales Umfeld zu schaffen. Dazu werden Voraussetzungen für die Durchführung erfolgreicher Veranstaltungen dargestellt und Herausforderungen identifiziert, denen sich die Stakeholder der Branche gegenübersehen.

## 1. Megatrends und Einflussfaktoren

Die nachhaltige Transformation des Veranstaltungsmarktes vollzieht sich vor dem Hintergrund globaler Megatrends, die unser Umfeld tiefgreifend verändern. Für die Tagungs- und Kongresswelt bringen die Technisierung der Lebens- und Arbeitswelten, neue Erwartungen an Mobilität, Nachhaltigkeit und andere Megatrends eine Vielfalt von Herausforderungen, aber auch Möglichkeiten. Im Rahmen der Future Meeting Space Forschung wurden in diesem Zusammenhang Handlungsfelder identifiziert, um konkrete Szenarien für zukünftige Veranstaltungsbühnen entwickeln zu können. Insbesondere die Aspekte

- Mobilität
- Lebensraum
- Nachhaltigkeit
- Neue Technologien
- Neue Veranstaltungsformate
- Zeit/Effizienz

werden sich zukünftig entscheidend auf Business Events auswirken.

## 2. Mögliche Zukunftsszenarien für Business Events

Vor dem Hintergrund von Megatrends und Einflussfaktoren, die zu veränderten Bedürfnissen bei Teilnehmer\*innen aufgrund neuer Lebens- und Arbeitsstile führen, wurden drei Szenarien mit unterschiedlichen Auswirkungen auf das Ökosystem von Tagungen und Kongressen skizziert:

- *Szenario 1: "Tried and trusted – renaissance of the real"* – zurück zu Altbewährtem mit Schwerpunkt auf persönlichem Service
- *Szenario 2: „Diverse and flexible – the global community“* – maximale Flexibilität für Infrastruktur und Menschen
- *Szenario 3: "Green and aware – the net zero society"* – Nachhaltigkeit als Leitprinzip aller Maßnahmen

Die ausführliche Beschreibung finden Sie in der [Studie "Ökosysteme im Wandel"](#).

Strategic Partners



Strategic Exhibition Partner



### 3. Bedeutung von Business Events für die Entwicklung von Regionen & Destinationen

Tagungen und Kongresse haben in verschiedenen Bereichen positive Effekte für die Orte, an denen sie stattfinden:

- *Wirtschaft:* Business Events sorgen für Umsatz entlang der gesamten Wertschöpfungskette, von Veranstaltungsplanern und -stätten über kulturelle Einrichtungen, der Gastronomie und Hotellerie bis hin zum Einzelhandel.
- *Image:* Veranstaltungen erhöhen den Bekanntheitsgrad von Destinationen national und international.
- *Umfeld:* Business Events generieren Geschäft in der umliegenden Region von Veranstaltungsorten und fördern Infrastrukturmaßnahmen.
- *Gesellschaft:* Veranstaltungen stärken lokale Werte und haben Netzwerk- und Kompetenzeffekte innerhalb von Bevölkerungsgruppen.

#### Tagungs- und Kongressdestination Köln

Als Forschungspartner des Innovationsverbunds Future Meeting Space partizipiert Köln als Tagungsdestination an den Ergebnissen der Forschung.

Aufbauend darauf hat darüber hinaus das EITW Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH an der Hochschule Harz die Bedeutung von Business Events für den Kongress-Standort Köln untersucht und die Bedürfnisse unterschiedlicher Nutzergruppen berücksichtigt. Damit schafft die KölnTourismus GmbH ideale Grundlagen für die zukünftige strategische Ausrichtung als erfolgreiche Tagungs- und Kongressdestination.

#### 4. Voraussetzungen für ein erfolgreiches Umfeld für Business Events

Aus den Analysen der FMS-Forschungsphasen ergibt sich u. a. hinsichtlich der Voraussetzungen für erfolgreich Business Events folgendes Bild: Veranstaltungen werden von einem Zusammenspiel aus digitalen und hybriden Elementen ebenso geprägt sein wie von der Sehnsucht nach persönlicher Interaktion, authentischen Orten, emotionalen Erlebnissen und nachhaltigen Konzepten. Aspekte wie der Community-Charakter von Events, die Möglichkeit der partizipativen Gestaltung seitens der Teilnehmer\*innen und Flexibilität in der Ausgestaltung der Teilnahme sind entscheidend. An die verschiedenen Stakeholder – von Event-Agenturen über Infrastruktur- und Dienstleistungsanbieter bis hin zur lokalen Bevölkerung – stellt dies unterschiedliche Anforderungen.

#### Herausgeber:

EITW Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH an der Hochschule Harz  
 Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAQ  
 GCB German Convention Bureau e. V

Strategic Partners



Strategic Exhibition Partner

