

degefest-Schriftenreihe
Wissenschaft trifft Praxis
Heft 1/2021

degefest 
Verband der Kongress-
und Seminarwirtschaft

1/21

**Wissenschaft
trifft Praxis**

degefest-Schriftenreihe

Wissenschaft trifft Praxis

1/2021

Eine besondere Sicht. Sich daraus ableitende Handlungsempfehlungen. Wertvolle Tipps von Praktikern. Diese exklusive Ausarbeitung der „degefest-TrendAnalyse Restart 2021/22“ ist gedacht für die Bildungszentren, die Tagungshotellerie und für alle die, die das Zusammenspiel Wissenschaft und Praxis interessiert. Zugrunde liegt dabei die Studie, die im Frühjahr 2021 während des dritten Lockdowns erhoben und in dieser Fassung von erfahrenen und erfolgreichen Praktikern kommentiert wurde.



Jerzy Jaworski

Prof. Dr. Jerzy Jaworski vertritt seit 1990 an der Hochschule Heilbronn in Forschung und Lehre die Gebiete MICE-Industrie und den damit verbundenen Geschäftstourismus. Dem Verband degefest dient er mit seiner wissenschaftlichen Expertise seit 1995. Er hat den Wissenschaftlichen Beirat unseres Verbandes mitgegründet und ist bis heute Mitglied.

In der praxisnahen Forschung begleitet er den Verband mit Studien zur Positionierung der MICE-Branche, deren Qualitätssicherung und den Zukunftstrends der Veranstaltungswirtschaft in Deutschland. Immer wieder greift er aktuelle Themen wie den demografischen Wandel, die Wirtschaftskrise, Trends und Entwicklungstendenzen in unserer Branche auf. Mit seinen wissenschaftlichen Beiträgen liefert er wichtige Erkenntnisse, die den degefest-Mitgliedern und der ganzen Veranstaltungsbranche helfen, die deutsche MICE-Industrie qualitativ zu verbessern.

„Ich bedanke mich bei allen Teilnehmenden für die Erstellung der Studie und wünsche Ihnen für die Zukunft viel Kraft und Durchsetzungsvermögen für die anstehenden Herausforderungen.“ Prof. Dr. Jerzy Jaworski

**Markus Brandt**

Markus Brandt vertritt im Vorstand des degefest den Fachbereich Bildungszentren. Er ist Direktor im „ta.la tagungszentrum landshut“ in der Sparkassenakademie Bayern.

„In einer sich kontinuierlich beschleunigenden, globalisierten und digitalisierten Welt ist Lernen ein lebens-langer Prozess. Das Organisieren und Durchführen von Seminaren, Kongressen und Bildungsangeboten ist im Laufe der Jahre komplexer, aufwändiger und technischer geworden. Der degefest mit seinen Fachbereichen ermöglicht branchenspezifischen Wissens- und Erfahrungsaustausch, unabhängig davon, ob es sich um alltägliche operative Themen oder außergewöhnliche Herausforderungen wie eine Pandemie handelt. Der beeindruckende Fundus an Wissen, Kreativität und Netzwerk der degefest-Mitglieder stärkt, unterstützt, bestätigt und regt eigene Überlegungen an. Ein Teil dieses lebendigen Organismus zu sein, ist mir Motivation und Ziel zugleich.“

**Gerald Schölzel**

Gerald Schölzel vertritt im Vorstand des degefest den Fachbereich Tagungshotellerie. Er ist Geschäftsleiter im „Kloster Seeon Kultur und Bildungszentrum des Bezirks Oberbayern.“

„Bereits während meiner Studienzeit war ich als freier Mitarbeiter für die Degefest tätig und durfte als Prüfer von Tagungsstätten die Vielfalt und Unterschiedlichkeit dieser Branche kennenlernen. Als Manager eines großen Bildungszentrums im Rhein-Main-Gebiet trafen wir uns regelmäßig aber informell mit gleichgesinnten Kollegen, um gemeinsam nach Lösungen zur Führung und Weiterentwicklung unserer Betriebe zu suchen. Als diese informelle Gruppe immer größer wurde, haben wir mit der Degefest einen Verband gefunden, der uns auf dem Weg in die Zukunft kompetent begleiten kann. Mein Ziel ist es, das enorme Branchenwissen der Mitglieder als auch der Partner zu bündeln, um im aktiven Dialog die richtigen Antworten auf aktuelle Fragen erarbeiten zu können.“

Blickwinkel

Die vorliegende Aufarbeitung bezieht sich auf die Fortsetzungsstudie: „Restart2021/22 – Durchstarten nach der Krise“. Die für die Bildungszentren sowie die Tagungshotellerie besonders interessanten Erkenntnisse der Studie wurden mit Kommentaren und praktischen Ergänzungen von Experten aus der Praxis zusammengestellt. Damit ist eine neue Sichtweise auf die besonderen Herausforderungen unserer Branche (insbesondere für die Verantwortlichen in den Bildungszentren und in der Tagungshotellerie) entstanden, die dem aufmerksamen Leser das „Tagungsgeschäft“ und die Führung der Veranstaltungsstätten in der Zukunft erleichtern sollen.

Die degefest-Studie: „Restart2021/22 – Durchstarten nach der Krise“¹ ist ein wertvolles Instrument, um die Folgen der Covid19-Pandemie für sich und seine berufliche Tagungsstätten-Umgebung zu analysieren und Fragen zum eigenen Umgang mit den Befragungsergebnissen zu stellen, bzw. Antworten zu finden. Dass dieses Instrument sehr willkommen ist, hat allein die hohe Beteiligung an den Umfragen in den Jahren 2020 und 2021 belegt. Die TrendAnalyse will kein in Stein gemeißeltes Manifest sein, sondern spiegelt die Meinung vieler Führungskräfte zu verschiedenen Fragepunkten wider. Durch die Individualität der Häuser und Gästestrukturen können einige der Aspekte aus unterschiedlichen Perspektiven gesehen und bewertet werden.

Da die Tagungshotellerie und die Bildungszentren einen sehr gewichtigen Teil der degefest-Mitgliedschaft bilden, wurden ausgewählte Ergebnisse und Aussagen der TrendAnalyse zwei Vorstandsmitgliedern des degefest mit der Bitte um Kommentierung an die Hand gegeben. Mit Markus Brandt, Fachbereich Bildungszentren und Akademien, Direktor des „ta.la tagungszentrum landshut“ in der Sparkassenakademie Bayern und Gerald Schölzel, Fachbereich Tagungshotellerie und Geschäftsleiter „Kloster Seon“, haben sich zwei profunde Kenner dieser Aufgabe angenommen.

In dieser Publikation werden zunächst ausgewählte Ergebnisse der Haupt-Studie kurz vorgestellt (in Farbe **grün**) und danach durch die dazugehörigen Kommentare der Herren Brandt (in Farbe **rot**) und Schölzel (in Farbe **blau**) ergänzt. Die in dieser Studie eingesetzten Abbildungen entstammen der Hauptstudie „degefest-TrendAnalyse Restart 2021/22“.

¹Die vollständige Studie kann bei www.degefest.de angefragt werden, siehe auch: <https://degefest.de/degefest-trendanalyse-restart-2021-22-erschiene-fortsetzung-der-befragung-aus-2020/>

Wichtigste Erfahrungswerte aus der Covid19-Pandemie

1. Wirtschaftliche Einbußen und deren Auswirkungen auf das Vertragswesen

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Starke wirtschaftliche Einbußen – zu überarbeitendes Krisenmanagement

Auf die Frage, was die Teilnehmenden aus der Lockdown-Zeit „mitnehmen“, überwiegen bei den Befragten der Hauptstudie die wirtschaftlichen Einbußen für das Veranstaltungshaus (73,8%). Die positiven Meldungen: die Erweiterung der Denkweise über das Krisenmanagement: 67,2% belegen nach wie vor den zweiten Platz (Vorjahr: 75,9%), genauso wie „eine lehrreiche Erfahrung“ mit 62,3% (Vorjahr: 50%). Die Antworten zur sozialen Verbundenheit sowohl innerhalb des Veranstaltungshauses (29,5%) als auch mit der Stammkundschaft (31,1%), werden auch ein Jahr nach dem Covid19-Ausbruch genannt (siehe Abb. 1).²

Ergebnisse der Befragung im Jahr 2020:



Abb. 1 | Antworten auf die Frage: „Was nehmen Sie aus der Lockdown-Zeit mit“

Quelle: Abb. 6 der Hauptstudie

Unter „Sonstiges“ wurden – neben den vorjährigen – auch interessante Aspekte wie:

- Sensibilisierung für das Risikomanagement
- Offenlegung eigener Schwachstellen
- Bereitschaft, Veränderungen im Haus durchzuführen
- Bereinigung des Marktes

aufgeführt. Auch neue Aspekte wurden genannt, z.B.:

- Einführung des „Trendscouting“
- Stärkere, alltägliche Einflussnahme behördlicher Einrichtungen, viel Bürokratie
- neue Veranstaltungsformate anbieten
- Digitalisierung im Turbotempo.

Vom „Vertrauensverlust in die Politik“ ist ebenfalls die Rede. Die Befragten meinen: im Vergleich zur deutschen Wirtschaft zeige die Politik nur eine geringe Wertschätzung für die Veranstaltungswirtschaft in Deutschland.

²Siehe auch Abb. 6 (Seite 9) der vollständigen Studie



Kommentar – Gerald Schölzel:

Ein Konzept zum Risikomanagement zur Vorbereitung auf alle möglichen Krisensituationen schien nicht überall vorhanden zu sein. Die Pandemie führte jedoch dazu, dass eine höhere Sensibilisierung hierfür entstanden ist und man beabsichtigt, ein Risikomanagement zu etablieren oder sich mit diesem Thema – zumindest näher – zu beschäftigen.

Veranstungsverträge absichern – rechtzeitig in die Kommunikationstechnik investieren

Auf die Frage: „Was sie künftig in einem Covid19-ähnlichen Fall anders machen würden?“ werden zwei Antworten mit Abstand am häufigsten genannt:

1. die Veranstaltungsverträge anders formulieren (50,8%) und
2. rechtzeitig in die Kommunikationstechnik investieren (42,6%) siehe Abb.2.³

Ergebnisse der Befragung im Jahr 2020:

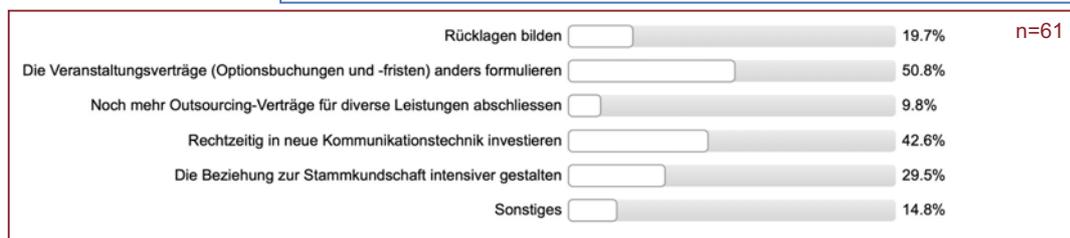


Abb. 2 | Antworten auf die Frage: „Was werden Sie künftig in einem Covid19-ähnlichen Fall anders machen?“ Quelle: Abb. 7 der Hauptstudie

Über 50% der Befragten finden, dass die Veranstaltungsverträge mit größerer Sorgfalt gestaltet werden sollen. Die Veranstaltungshäuser müssen sich in Zukunft gegen finanzielle Risiken bei Veranstaltungsabsagen besser absichern.

Das geringste Interesse galt dem Thema: "noch mehr Outsourcing-Verträge (...) abschließen" (nur 9,8% der Befragten). Die Veranstaltungshäuser wollen ihre Dienstleistungspalette weiterhin wie vor der Covid19-Pandemie beibehalten.

Unter „Sonstiges“ werden auch hier kreative Antworten geliefert, z.B.:

- Die AGB „wasserdichter“ gestalten
- Stärker auf Stimmungen im Team achten
- Sensibilisierung für das Risikomanagement (es kann jederzeit alles passieren)
- Offenlegung eigener Schwachstellen. Eine Chance, Veränderungen im Haus durchzuführen
- Das in der Krise erworbene Wissen zukünftig verstärkt anwenden
- Die nächste Krise mit mehr Gelassenheit angehen.

Es gab aber auch Einschätzungen, dass die Covid19-Krise von den Befragten bisher gut gemeistert wurde - „im Nachgang kann ich sagen: wir haben alles richtig gemacht“ (drei Nennungen).

³Siehe auch Abb. 7 (Seite 10) der vollständigen Studie



Kommentar – Gerald Schölzel:

Bei den **Veranstaltungsverträgen** wollen sich einige Häuser besser absichern, ich sehe hier eher den Wunsch der Kunden nach einer **höheren Flexibilität**. Dies könnte z.B. auch beidseitig erfolgen, indem sich das Veranstaltungshaus grundsätzlich ebenfalls eine Stornierungsoption einräumt und man sich ein Ausfallrisiko teilt. Garantierte Buchungen könnten bei einem solchen Konstrukt hingegen zukünftig optional mit einem entsprechenden Aufschlag und Vorauszahlungen abgesichert werden können.



Kommentar – Markus Brandt:

Über 50% der Befragten finden, dass die Veranstaltungsverträge mit größerer Sorgfalt gestaltet werden sollen.

Die Pandemie hat Schwachstellen und Formulierungsfehler in vielen Veranstaltungsverträgen aufgezeigt. Insbesondere die Stornierungsmodalitäten und oftmaligen MwSt-Änderungen haben mancherorts zu streitbaren „Verhandlungsgrundlagen“ geführt. Ich bezweifle, dass es eine Bereitschaft zur Risikoteilung seitens der Kunden gibt, deshalb müssen diese Punkte und Sonderregelungen in den Verträgen und in den AGB eindeutig formuliert sein.

2. Zeit, Raum, die Beteiligten einer Veranstaltung nach der Covid19-Krise

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Durch die neuen Abstandsregeln wird der Raumbedarf größer, das stimmungsvolle Ambiente des Hauses wichtiger.

Bei einer Veranstaltung finden parallel durchzuführende Seminare, Workshops, Arbeitskreise, Sitzungen und Poster Sessions statt. Für ein individuelles und effektives Lernen in kleineren Gruppen müssen neben einem Plenarsaal für Vorträge auch kleinere Räume für Seminar- und Gruppenarbeiten vorhanden sein. Folgende Faustregel ist hier zu beachten:

die Anzahl der Sitzplätze in den kleinen Konferenzräumen soll mit der Kapazität im Plenarsaal übereinstimmen.

Generell: eine Tagungsstätte benötigt für jeden Teilnehmer das dreifache an Raum:

- einen Sitzplatz im Plenarsaal (Reihenbestuhlung),
- einen Sitzplatz in einem Workshop-Raum
- eine Fläche in den Break-Out-Räumen (für Empfang, Pausen mit u.U. Bewirtung, begleitende Ausstellungen, Ausklang der Veranstaltung).

Jedem Betreiber einer Tagungsstätte ist die DIN-Norm 15906 bekannt, wonach den Tagungsräumen eine anteilige Pausenzone zugeordnet sein muss, in der sich die Teilnehmer und Besucher vor, während oder nach einer Veranstaltung aufhalten können. Das Verhältnis der gesamten Foyerfläche zur gesamten Tagungsfläche sollte bis zu 1:1 betragen.

Es könnte sein, dass nach den Covid19-Erfahrungen die DIN-Norm 15906 dem neuen Bedürfnis nach Raumfläche angepasst werden wird/muss. Die Tagungsstätten, die schon heute großzügig mit wichtiger werdenden Foyerflächen ausgestattet sind, werden dies in ihrer Marketing- und Kommunikationsarbeit einzusetzen wissen.



Kommentar – Gerald Schölzel:

Das **Bedürfnis nach größeren Flächen** und der zunehmende Wunsch nach **dynamischer Interaktion** in der Gruppe hat sich schon vor der Krise abgezeichnet. Ein verordneter Mindestabstand zwischen den Teilnehmern funktioniert allerdings in der Lebensrealität nicht. Ganz im Gegenteil – wir erkennen ein deutlich erkennbares **rückkehrendes Bedürfnis nach körperlicher Nähe**. Spätestens nach der ersten Kaffeepause wird die Distanz zwischen den Teilnehmern reduziert und beim Mittagessen setzt man sich zusammen an einen Tisch.



Kommentar – Markus Brandt:

Die Abstandsregeln müssen dauerhaft neu definiert werden; der Raumbedarf bei Veranstaltungen muss großzügiger geplant werden.

Ich teile die Meinung nicht, dass sich in einer Welt, in der Corona eine nur noch geringe und nebensächliche Rolle spielt, die derzeitigen Abstandsregeln halten werden. Schon heute sitzen z.B. die Schüler in den Schulklassen wieder Schulter an Schulter, aktuell auch ohne Maske. Gerade für kleinere Häuser ist die größtmögliche Raumauslastung ein wichtiger wirtschaftlicher Faktor. Abstand bedeutet weniger Auslastung und Reduktion der Kapazitäten. Sollte die These zutreffen, werden manche Häuser manche Veranstaltungsanfragen nicht mehr bedienen können. Das wäre eine kontraproduktive Entwicklung. Der Trend der letzten Jahre, dass nahezu jede Gruppe auch Gruppenräume braucht, bleibt davon unberührt.

3. Auswirkungen der Covid19-Krise auf die Veranstaltungstechnik

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Schnelles Internet und Streamingpartner vorhanden.

Laut Antworten der Befragten sind 65% der Häuser (im Jahr 2020 waren es 43,4%) schon heute in der Lage, schnelles Internet und Streamingdienste anzubieten. Sie verfügen über einen schnellen Internetzugang, gute technische und didaktische Ausstattungen und es steht ihnen ein verlässlicher Partner für die Kommunikationstechnik zur Seite.

Falls die Tagungsstätten einen Nachholbedarf haben, versuchen mehrere von ihnen dies durch spezialisierte Partner zu tun, vor allem durch Zubuchung nachfolgender (Dienst-) Leistungen:

- Kommunikationstechnik
- Personelle Expertise, für Konzeption und Durchführung der Veranstaltung.

Die Bewertung der Wirtschaftlichkeit rein digitaler Veranstaltungen fällt im Jahr 2021 im Vergleich zum Vorjahr ernüchternd aus. Die Aussagen, dass diese Veranstaltungen profitabel sind, fiel von 16,3% auf 12,3%. Die Aussage, dass rein digitale Veranstaltungen die Präsenzveranstaltungen kannibalisieren, ist von 10,2% auf 28,1% gewachsen. Die Anzahl der Häuser, die trotzdem rein digitale Veranstaltungen anbieten, ist auch gewachsen: von 43,9% auf 59,6% (siehe Abb.3).⁴

⁴Siehe auch Abb. 22 (Seite 24) der vollständigen Studie

Ergebnisse der Befragung im Jahr 2020:

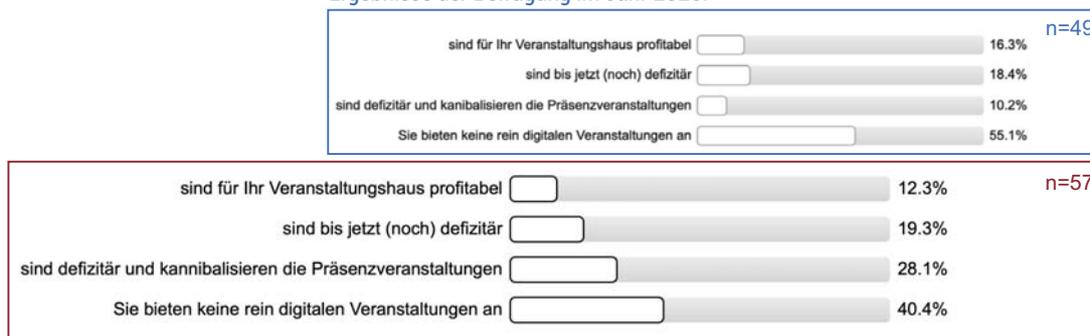


Abb. 3 | Antworten auf die Frage: „Wie profitabel sind Ihre rein digitalen Veranstaltungen?“

Quelle: Abb. 22 der Hauptstudie

Investition in eigene Digitaltechnik kaum relevant.

Die Antworten auf die Frage hinsichtlich der Wirtschaftlichkeit der Digitaltechnik wird eher verneint („es lohnt sich nicht!“). In beiden Jahren (2020 und 2021) haben hier die Befragten fast deckungsgleiche Antworten gegeben. In 2021 ergaben 52,6% der Antworten, dass sich die Frage nach der Wirtschaftlichkeit nicht stellt (im Jahr 2020 waren es 50,9% der Antworten). Andere Gründe machen diese Investitionen notwendig, beispielsweise Imagegründe, den Kunden immer das Beste anbieten zu müssen (siehe Abb.4).⁵

Ergebnisse der Befragung im Jahr 2020:

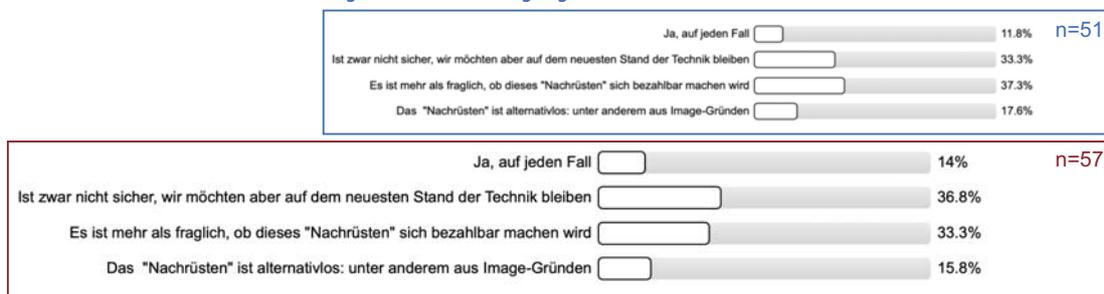


Abb. 4 | Antworten auf die Frage: „Was meinen Sie, wird sich das „Nachrüsten“ in die Webinar- und Videotechnik bezahlbar machen?“

Quelle: Abb. 23 der Hauptstudie

**Kommentar – Gerald Schölzel:**

Eine **Investition in aufwändige, komplexe Medientechnik** und entsprechende Dienstleistungen für hybride Veranstaltungen würde ich kleineren und mittleren Hotels **nicht empfehlen**. Die Kooperation mit professionellen und verlässlichen Anbietern dieser Produkte, welche man den Kunden empfehlen kann, sowie eine begleitende Schulung unserer Mitarbeiter zur Erhöhung der Beratungskompetenz, ist hier sicher sinnvoller. Der Invest in eine zeitgemäße und stabile IT-Infrastruktur wird in der Tagungshotellerie allerdings für alle Leistungsträger unumgänglich sein.

⁵Siehe auch Abb. 23 (Seite 24) der vollständigen Studie

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Hybride Tools mit anbieten, um auf dem neuesten technischen Stand zu sein.

Die Kunden der Veranstaltungshäuser sind in Bezug auf den Umgang mit den Hybrid-Tools sehr „uneinheitlich“. In den meisten Fällen (46% der Antworten) benötigen die Kunden bei der Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung eine intensive Betreuung und ein umfangreiches Briefing. Es gab aber auch Kunden, die mit den Hybrid-Tools gut bis sehr gut zurechtkommen (15,6% Antworten).

Erstaunlich viele Befragten (87,5% der Antworten) geben an, in ihren Veranstaltungshäusern in der näheren Zukunft hybride Möglichkeiten anzubieten (anbieten zu müssen); die meist genannten Beweggründe dafür sind:

- konkurrenzfähig bleiben
- der Kunden-Wunsch

4. Das neue Verständnis für die Hygienevorschriften

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Mehr Hygiene sollte nicht mehr kosten. Die Hygienemaßnahmen verursachen aber mehr Kosten. Kunden sind nur bedingt bereit, es zu bezahlen. Hygienebeauftragte müssen aus den Tagungsstätten kommen.

Die hygienischen Maßnahmen, die in der Zeit der Covid19-Pandemie angewandt wurden, basieren oft auf Anweisungen und Vorschriften der Gesundheitsämter und anderen Behörden. Überall wurden Desinfektionseinrichtungen eingesetzt, genauso wie Maskenpflichten, Einlasskontrollen, Abstandsregeln, Aufklärungshinweise, in einigen Fällen auch Luftreiniger und vieles mehr. Einige Veranstaltungshäuser haben ein Hygienekonzept nach ISO:14001 („Umweltmanagementsystem“) eingesetzt, welches das „verpflichtende“ Hygienekonzept beinhaltet. Die durch die Covid19-Pandemie verursachten hygienischen Maßnahmen haben die Art und Weise persönlicher Begegnungen von Menschen nachhaltig beeinträchtigt. Es entstanden neue Standards gemäß gesetzlichen Vorschriften, Handlungsempfehlungen der Gesundheitsämter, bzw. de facto Standards wie eine No-Handshake-Begrüßung.



Kommentar – Gerald Schölzel:

*Der Hygienehype wird sich wieder beruhigen, wir müssen unser Material und unsere Mitarbeiter nicht „totreinigen“ – ein zusätzlicher **Hygienebeauftragter** ist in einem gut organisierten Betrieb mit ordentlichen Prozessen für Housekeeping und HACCP **nicht erforderlich**.*

5. Die Auswirkungen der Covid19-Pandemie auf das gastronomische Angebot

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Die Gastronomie wird anders anspruchsvoll.

Die zu erwartenden Veränderungen im Gastronomiebereich wurden von den Befragten wie folgt formuliert:

- Buffets werden (temporär) verschwinden, kein Selbstschöpfen möglich
- Das Essen wird exklusiver und teurer
- Es wird mehr Bedienungspersonal benötigt
- Vorgefertigte Esspakete, bzw. der Brown-Bag-Service

Jeder vierte an der Befragung Teilnehmende (24,6%) geht trotzdem davon aus, dass sich im Gastronomiebereich nichts ändern wird. 11,5% glauben, dass die Gastronomie in der Tagungsstätte schon bald wieder ihren „alten“ Platz und die „bewährte“ Bedeutung einnehmen wird.



Kommentar – Gerald Schölzel:

Aus diesem Grunde ist eine nachhaltige **Veränderung des gastronomischen Angebotes momentan nicht erkennbar**. Selbstbedienungsbuffets werden weiterhin nachgefragt, werden von den Gästen begeistert angenommen und sind – auch auf Grund des akuten Mangels an Servicekräften auf dem Personalmarkt – essenziell für ein rentables F&B-Angebot.



Kommentar – Markus Brandt:

Die Gastronomie wird anders anspruchsvoll

Ausgesuchte Elemente der aktuell angebotenen Verpflegung werden bleiben, sei es aus hygienischen oder praktischen Gründen. Das Buffet wird wieder zurückkommen, für viele Veranstaltungsformate und größere Gruppen ist es nach wie vor die beste Angebotsform. Ein Aspekt wird die Nachhaltigkeit sein, wie z.B. die Vermeidung von nicht nachhaltigen Verpackungen, Kunststoff- und Einwegartikeln. Durch all die Hygieneregeln hat auch dieser Punkt noch einmal Fahrt aufgenommen. Wobei Hygiene und Nachhaltigkeit nicht in einen Topf geworfen werden dürfen.

6. Neue Veranstaltungsformate: Herausforderungen, Chancen und Risiken

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Die Gastronomie wird anders anspruchsvoll.

Im letzten Jahr haben viele Veranstaltungshäuser ihre Kommunikations- und Medientechnik modernisiert, zum Teil mit eigenen IT-Partnern. Damit sind sie in der Lage, den Kunden diverse IT-Dienstleistungen anzubieten wie Streaming-Dienste u.v.ä.m. Von den Verantwortlichen der Veranstaltungshäuser werden die so genannten Hybrid-Tools als sehr gute Werkzeuge gelobt. Diese können zum Beispiel für die Zuschaltung attraktiver, externer „Speaker“ (34% Nennungen) sorgen. Damit fallen oft lange Anreisen, mitunter aus dem Ausland – erst gar nicht an. Generell können solche Tools in jeder Phase der Veranstaltung eingesetzt werden: in der digitalen Akquise, in der Vorbereitungsphase (Dienstbesprechungen) bis hin zur Durchführung - falls der Kunde das wünscht. 12,5% der Befragten werden es tun – auch wenn ihnen sogar bewusst ist, dass hybride Veranstaltungen defizitär sind (siehe Abb. 5).⁶

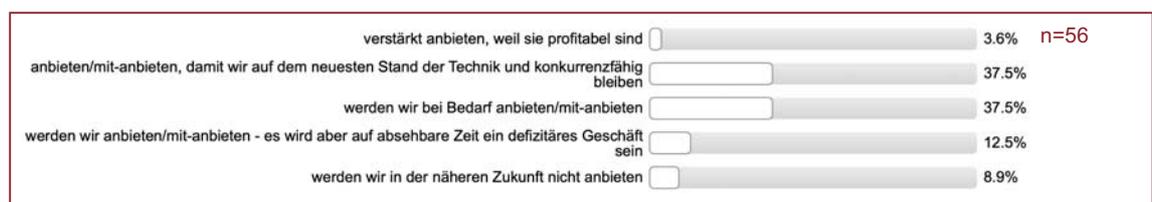


Abb. 5 | Antworten auf die Frage: „ Die hybriden Veranstaltungen werden wir in der näheren Zukunft:“

Quelle: Abb. 25 der Hauptstudie

⁶ Siehe auch Abb. 25 (Seite 26) der vollständigen Studie

Die überwiegende Mehrheit der Befragten ist dafür, partizipative und hybride Veranstaltungs-Formate sollen in das Angebots-Portfolio des VA-Hauses mitaufgenommen werden. Diejenigen, die nicht ins Veranstaltungshaus kommen, können somit künftig virtuell an Präsenz-Veranstaltungen teilnehmen. Von besonderer Bedeutung sind den Teilnehmenden auch „Kundenbesuche und Akquisitionsgespräche bei Kunden intensivieren“ sowie „persönliche Einladungen zu Informationsabenden ins Veranstaltungshaus“.

Die Respondenten wurden auch gefragt, ob sie weitere Vorteile der hybriden und der rein digitalen Veranstaltungen sehen. 17 von 27 Aussagen sehen überhaupt keine Vorteile für ihre Tagungsstätte. Neun Teilnehmende führten bei dieser Frage Zeit- und Kostenreduktionen (für die Teilnehmer) an, vor allem Reisekostensparnisse. Nur Einer/Eine ist von der rein digitalen Veranstaltungswelt begeistert und meint: „Videokonferenzen sind zielführender und effizienter im Hinblick auf Lerneffekte, als Präsenzveranstaltungen.“

Auch bei der Frage nach dem Angebot, in näherer Zukunft in ihrem Haus rein digitale Veranstaltungen durchzuführen, bleiben die Befragten zurückhaltend. Die meisten Antworten waren: „wir werden diese nach Bedarf anbieten“. Hier könnte man einen Zusatzsatz konstruieren: „wenn es sein muss...“. Die zweitmeiste Antwort war das eindeutige „nein“: „wir werden in der näheren Zukunft keine digitalen Veranstaltungen anbieten“.



Kommentar – Markus Brandt:

Neue Veranstaltungsformate anbieten

Keines der neuen Formate ist wirklich neu. Digitale und hybride Veranstaltungen gibt es seit langer Zeit, nur hat Corona ihnen eine Exklusivität verschafft, die schnell verdeutlicht, wie gut die eigene digitale Infrastruktur aufgestellt ist. Schon vor Corona war im Bildungsbereich klar, dass man stabile und leistungsfähige Datenverbindungen bereitstellen muss, idealerweise Glasfaser. Diese Grundvoraussetzung gilt es in den Häusern zu schaffen, auch wenn es an manchen Standorten nicht ganz einfach ist.

7. Ist die Präsenzveranstaltung tot?

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Kunden und Tagungsstätten wollen zurück zu alten Idealen.

Die eindeutige Mehrheit der Befragten (57,4%, 35 Antworten) ist der Meinung, dass: „wir bald in die längst bewährten Präsenz-Veranstaltungsformate zurückkehren. Wir müssen nur auf das Pandemie-Ende warten. Wir und unsere Kunden lechzen schon darauf, dass wir uns wieder in der realen Welt treffen“.

Die Rückkehr von der virtuellen Veranstaltungswelt zur Präsenzveranstaltung wird durch eine qualitativ hochwertige Website des Hauses deutlich erleichtert. Mehrere Stimmen unterstreichen, dass die Qualität der Website in der Pandemie-Zeit an Bedeutung gewonnen hat. Sie muss immer aktuell, maximal informativ und auf die Wünsche der Kunden fokussiert sein. Dasselbe gilt auch für die intensive Stammkundenbetreuung (Telefonate, Treffen, Mails, ...).

Kontakte gehen verloren – Existenzberechtigung? – defizitär – technische Unzulänglichkeiten.

Die Durchführung hybrider, bzw. rein digitalen Formate bringt mit sich (laut Meinung der Befragten) weitreichende Auswirkungen, meistens negativer Art:

- Geistige Isolation, emotionslos, soziale Kontakte gehen verloren
- Existenzberechtigung des VA-Hauses „weggerissen“
- Defizitär
- Schlechte Qualität der Veranstaltung
- Technische Voraussetzungen nicht gegeben, schlechtes Netz in Deutschland

„Die rein digitalen Veranstaltungen bekommen kein Oberwasser, wir werden eine Renaissance der (physischen) Begegnungen erleben“.

Auch bei der Frage nach dem Angebot, in näherer Zukunft in ihrem Haus rein digitale Veranstaltungen durchzuführen, bleiben die Befragten zurückhaltend (siehe Abb. 6).⁷

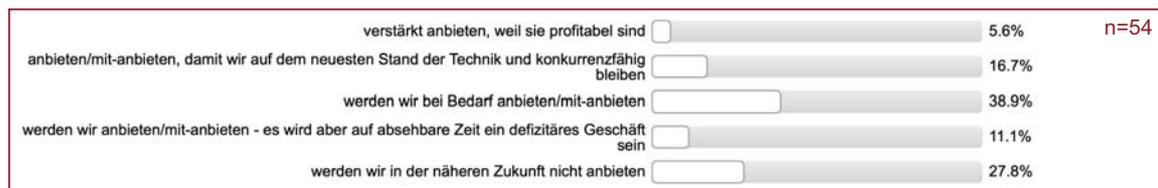


Abb. 6 | Antworten auf die Frage: „Die rein digitalen Veranstaltungen (Webinare/Videokonferenzen) werden wir in der näheren Zukunft: ...“
Quelle: Abb. 26 der Hauptstudie

Die überwiegende Antwort war: „wir werden diese nach Bedarf anbieten“ bzw. „wenn es sein muss...“. Die nächstgenante Antwort war das eindeutige „nein“: „wir werden in der näheren Zukunft keine digitalen Veranstaltungen anbieten“.



Kommentar – Gerald Schölzel:

Ein für mich besonders wichtiges Fazit der Studie kann ich nach heutigem Kenntnisstand absolut bestätigen: Rein **digitale Veranstaltungen** wird es geben, sie werden im Tagungsmarkt jedoch **keinen (!!!) dominierenden Anteil** einnehmen. Wir werden uns auf die **Renaissance der physischen Begegnung** in den Tagungshäusern vorbereiten, manchmal angereichert durch hybride Elemente, aber im Kern sehr analog und präsent.



Kommentar – Markus Brandt:

Brauchen wir überhaupt noch Präsenzveranstaltungen?

Selbstverständlich! Bei allem technologischen Fortschritt und momentan vom Markt begeistert aufgenommenen Einsparpotenzial wird man über kurz oder lang feststellen, ich formuliere es überspitzt, dass man digitale Einzelgänger erschafft. Die für den Menschen unabdingbare soziale Komponente der Interaktion durch direkte Begegnung wird ihren Platz einfordern. Persönlichkeiten entwickeln sich nicht im Home-Office oder im digitalen Raum. Hybride Elemente sind als ergänzendes Element willkommen, rein digitale Veranstaltungen für unsere Branche ein Umsatzkiller.

⁷ Siehe auch Abb. 26 (Seite 26) der vollständigen Studie

8. Entwicklung aus der Krise

Ergebnisse der Hauptuntersuchung:

Positive Zukunft im Visier.

Die Fragen nach weiteren (nachhaltigen) Auswirkungen der Covid19-Pandemie auf die Tagungsstätte wurden nicht einheitlich beantwortet (siehe Abb. 7).⁸

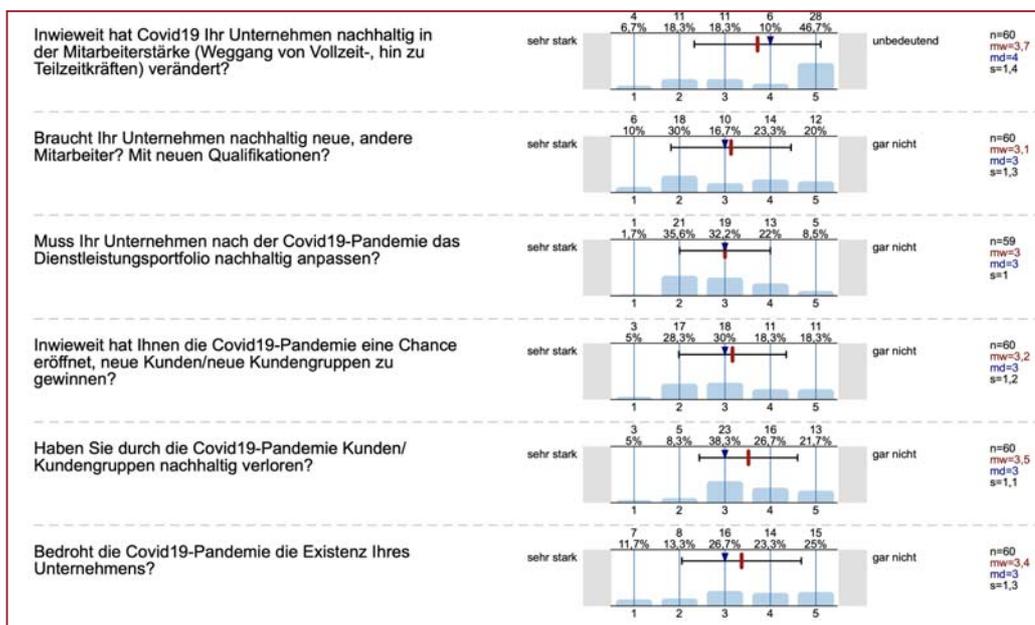


Abb. 7 | Antworten auf die Fragen über durch Covid19-Pandemie verursachten nachhaltigen Veränderungen im VA-Haus
Quelle: Abb. 26 der Hauptstudie

Erfreulich ist, dass die Befragten keinen großen Weggang von eigenen Mitarbeitern erwarten, genauso wie den Verlust von Kunden. Sie fürchten sich nicht um die Existenz des Veranstaltungshauses. Im Veranstaltungshaus muss das Dienstleistungsportfolio zwar nachhaltig angepasst werden, es wird aber auch angeführt, dass sich dadurch auch neue Chancen für das Tagungshaus eröffnen, neue Kundengruppen zu gewinnen. Die Antworten der Befragung des Jahres 2021 glichen sehr derer aus der Befragung des Jahres 2020, mit einer Ausnahme: Im Jahr 2021 wurde deutlicher, dass das Veranstaltungshaus auch Mitarbeiter mit neuen Qualifikationen braucht, vor allem in der Kommunikationstechnik.

⁸ Siehe auch Abb. 30 (Seite 29) der vollständigen Studie



Kommentar – Markus Brandt:

Tagungsstätte und Mitarbeitende werden sich weiterentwickeln (müssen)

Es war seit jeher die Aufgabe der Führungsebene, Trends und Entwicklungen aufzunehmen und nach Bedarf im eigenen Haus zu implementieren. Sicherlich hat die Pandemie die Sensibilität dafür nochmal geschärft. Vor allem muss das technische Verständnis im Bereich Tagungstechnik erweitert werden. Seit Beginn der Industrialisierung sehen wir: die Technik entwickelt sich rasend schnell weiter, der Mensch hinkt meistens hinterher. Gleichwohl muss eingeschätzt werden, ob dies oder jenes ein aktueller Hype ist, den man mitmachen will oder nicht. Viele Hypes sind in der schnelllebigen Zeit genauso schnell wieder weg, wie sie gekommen sind. Man sollte jedoch auf keinen Fall die Themen verschlafen, die uns zukünftig begleiten werden. Dazu gehören m.E. Kommunikationstechnik, Hygiene und Nachhaltigkeit.

9. Fazit

Zum zweiten Mal nach 2017 wurde bei einer degefest-Publikation ein Format gewählt, bei dem die Ergebnisse einer wissenschaftlichen Untersuchung mit den Kommentaren erfahrener Praktiker, die hochgeschätzte Branchenkenner sind, verflochten wurden.⁹



„Im Namen des degefest-Vorstandes und meinem eigenen möchte ich mich bei Gerald Schölzel und Markus Brandt herzlich für ihre Bereitschaft bedanken, die Ergebnisse der Studie „degefest-TrendAnalyse Restart 2021/22 – Durchstarten nach der Krise“ zu kommentieren. Mit gemeinsamen Kräften haben wir diese Publikation geschaffen, die unseren Kolleginnen und Kollegen und Freunden aus dem Kreis unseres Fachverbandes degefest gute Ratschläge für operative und strategische Entscheidungen in der Tagungswirtschaft in Deutschland präsentiert.“

Prof. Dr. Jerzy Jaworski
Mitglied im wissenschaftlichen Beirat
und Initiator der Studie

Impressum

degefest e.V.
Verband der Kongress- und
Seminarwirtschaft

Geschäftsstelle

Duisburger Straße 375 | 46049 Oberhausen

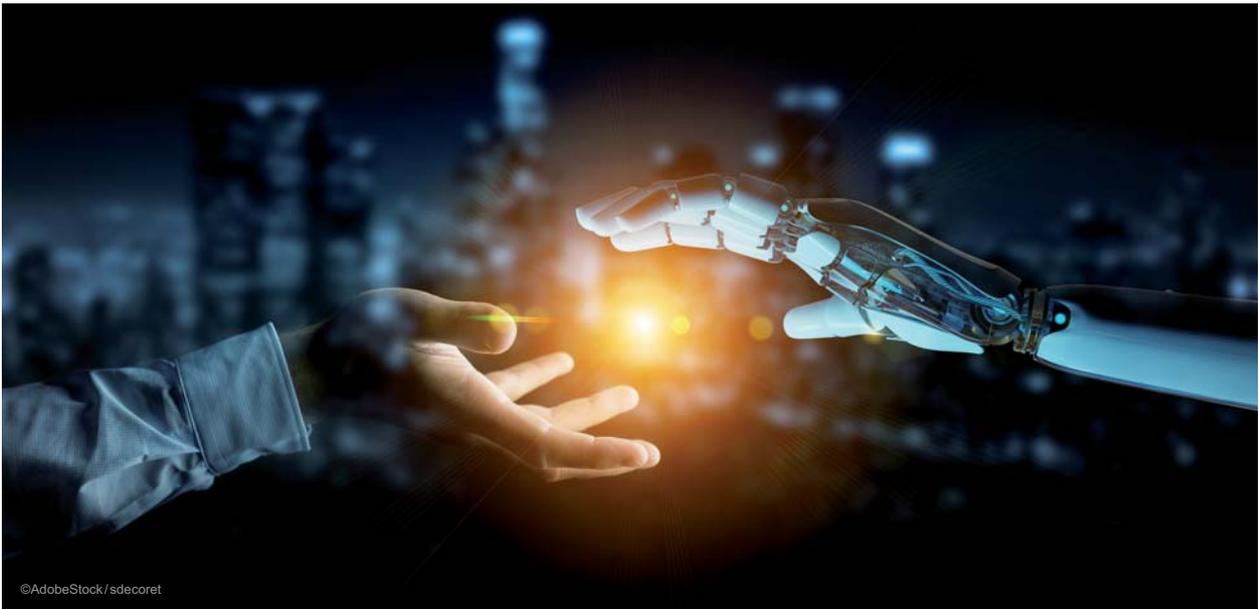
Leitung der Geschäftsstelle: Jutta Schneider-Raith

Telefon: +49 800 2288227*

E-Mail: info@degefest.de

Internet: www.degefest.de

⁹ Am 17. Januar 2017 wurde bei Best of Events in Dortmund die Studie: „Zukunft ermöglichen. Anforderungen an die Veranstaltungswirtschaft 2030“, mit dem Motto von Charles Darwin: **„Es ist nicht die stärkste Spezies die überlebt, auch nicht die intelligenteste, es ist diejenige, die sich am ehesten dem Wandel anpassen kann“.**



degefest e.V.

**Verband der Kongress- und
Seminarwirtschaft**

Duisburger Str. 375

46049 Oberhausen

Telefon: 0800 - 22 88 227*

E-Mail: info@degefest.de

Internet: www.degefest.de



*Kostenlos anrufen aus dem deutschen Festnetz.

Restart.