

What's next? - Die Tagungs- und Kongressbranche im Wandel

STATUS QUO UND STRATEGIEN
FÜR DIE ZUKUNFT

**Matthias Schultze,
Managing Director,
GCB German Convention Bureau e.V.**

- 1** DAS GCB – GERMAN CONVENTION BUREAU E.V.
- 2** DER VERANSTALTUNGSMARKT DEUTSCHLAND - STANDORTFAKTOREN
- 3** DER VERANSTALTUNGSMARKT DEUTSCHLAND - ZAHLEN - DATEN - FAKTEN
- 4** RAHMENBEDINGUNGEN UND HERAUSFORDERUNGEN
- 5** STRATEGIEN FÜR DIE ZUKUNFT

AGENDA



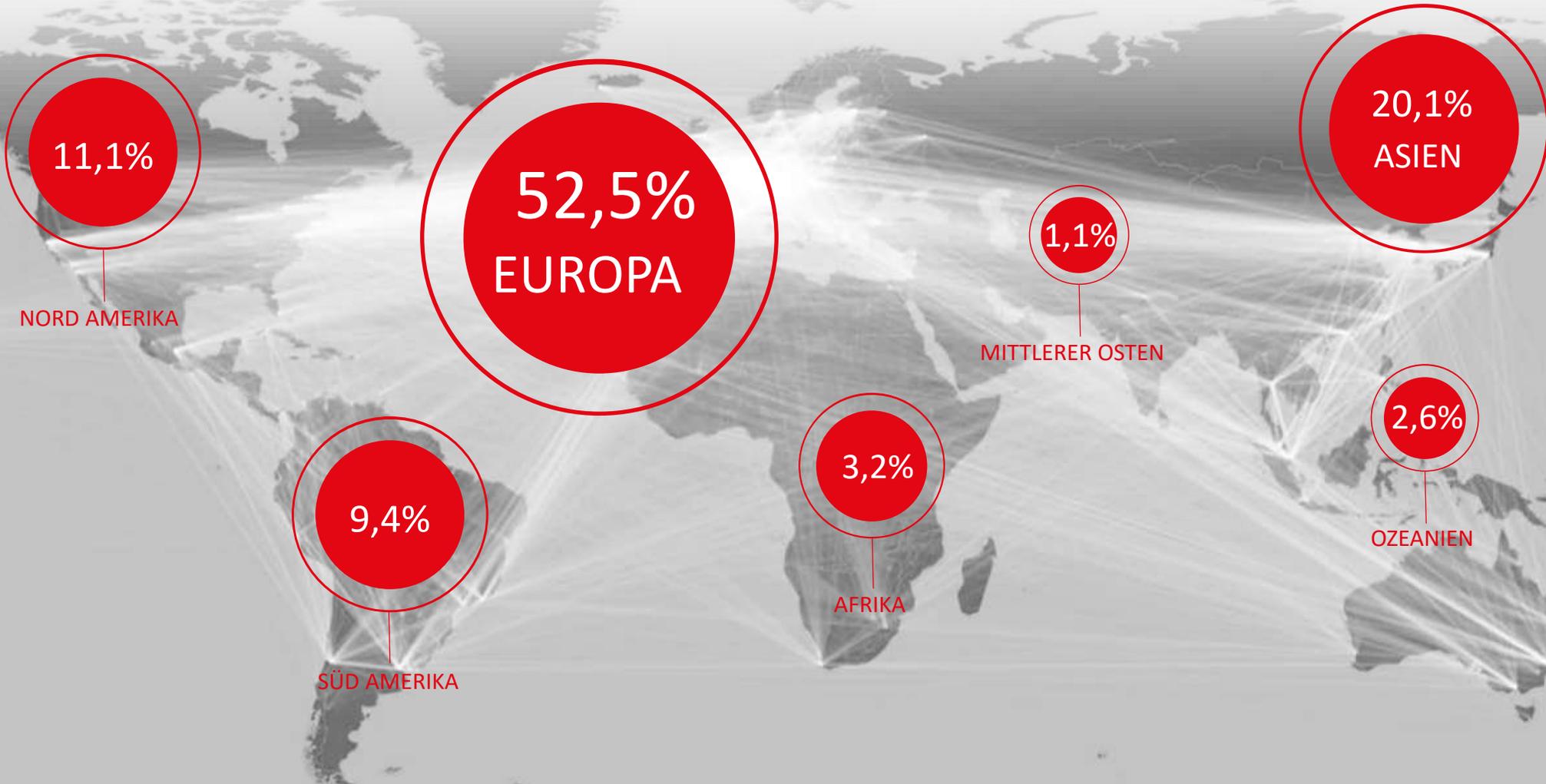
● STATUS QUO



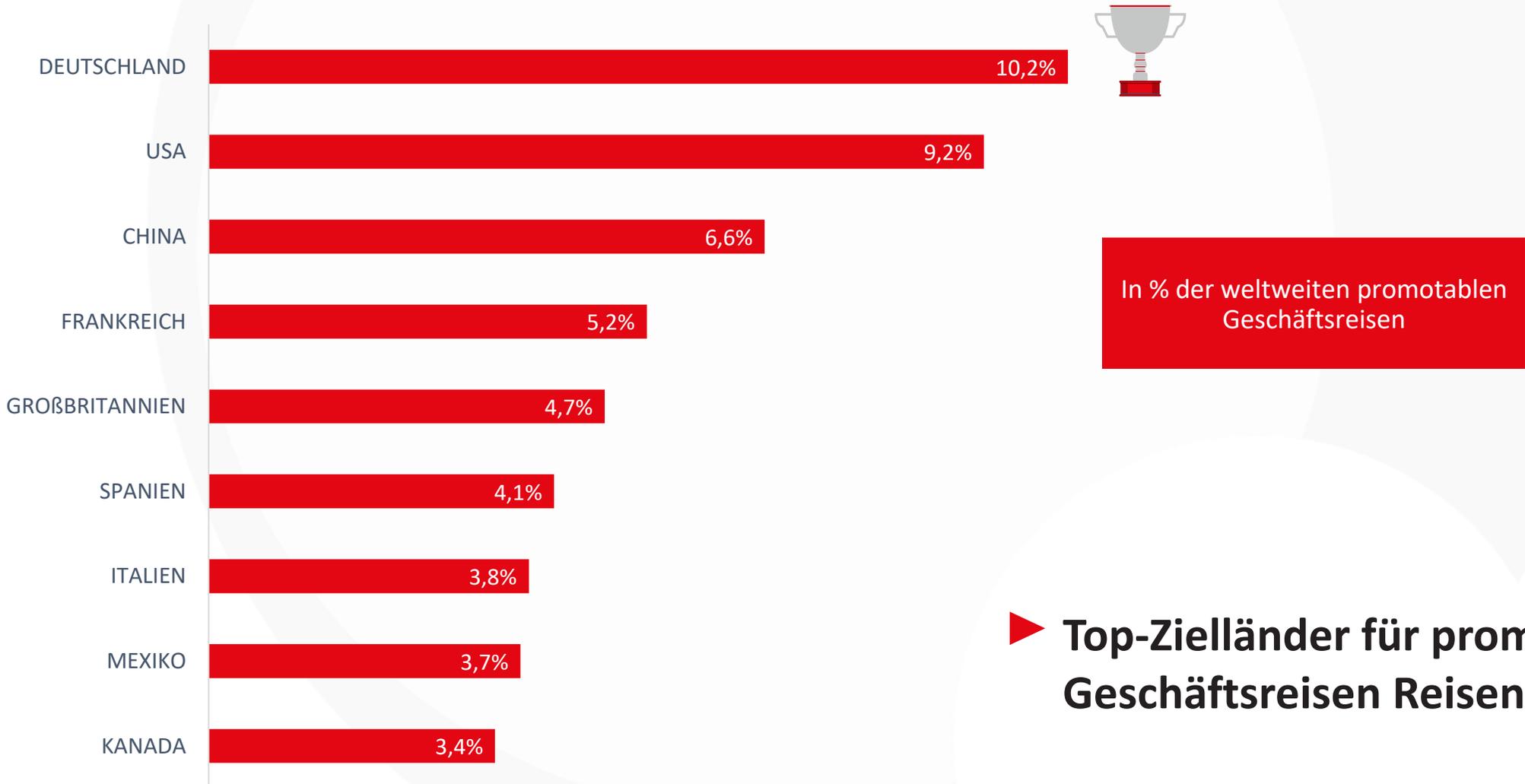
Man is by nature
a social animal

<https://www.youtube.com/watch?v=4zo2oAW6Clk>

EUROPA IM ZENTRUM INTERNATIONALER VERANSTALTUNGEN

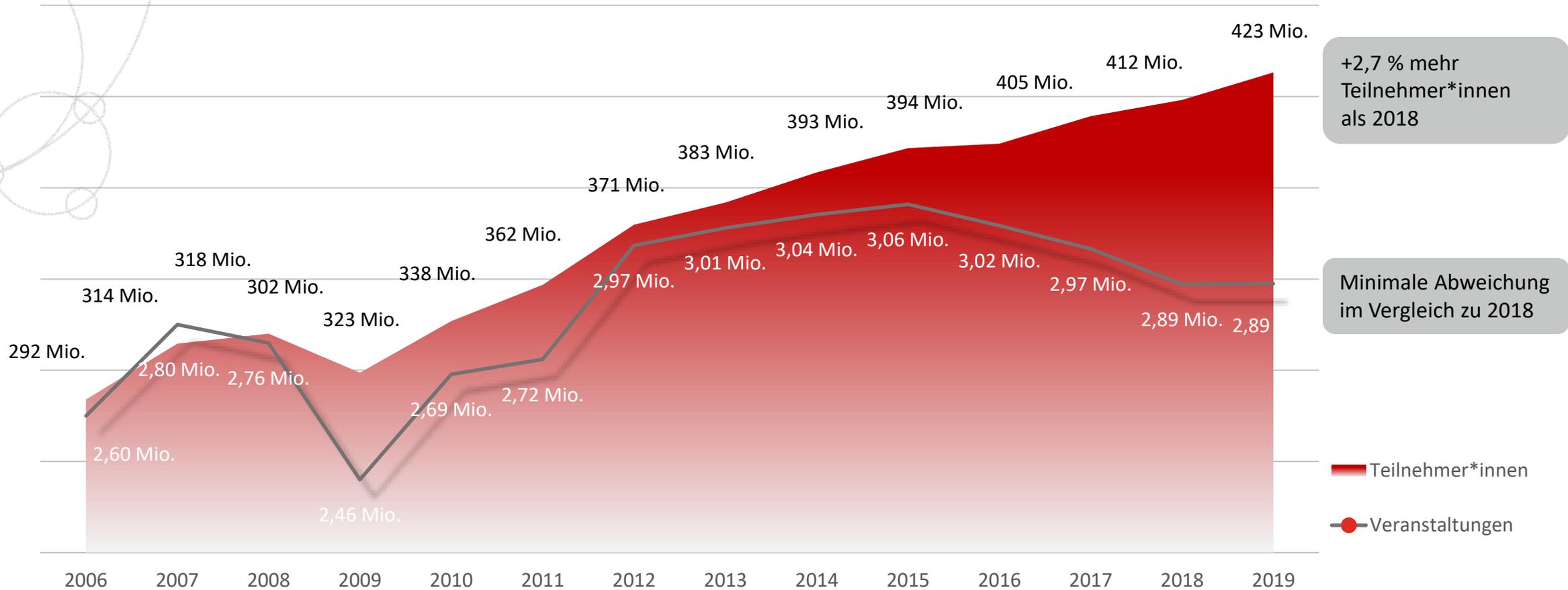


Deutschland ist Spitzenreiter bei den Zieldestinationen für promotable Geschäftsreisen



► **Top-Zielländer für promotable
Geschäftsreisen Reisen**

Weiterhin Marktentwicklung auf hohem Niveau: Teilnehmer*innen und Veranstaltungen



DIGITALISIERUNG

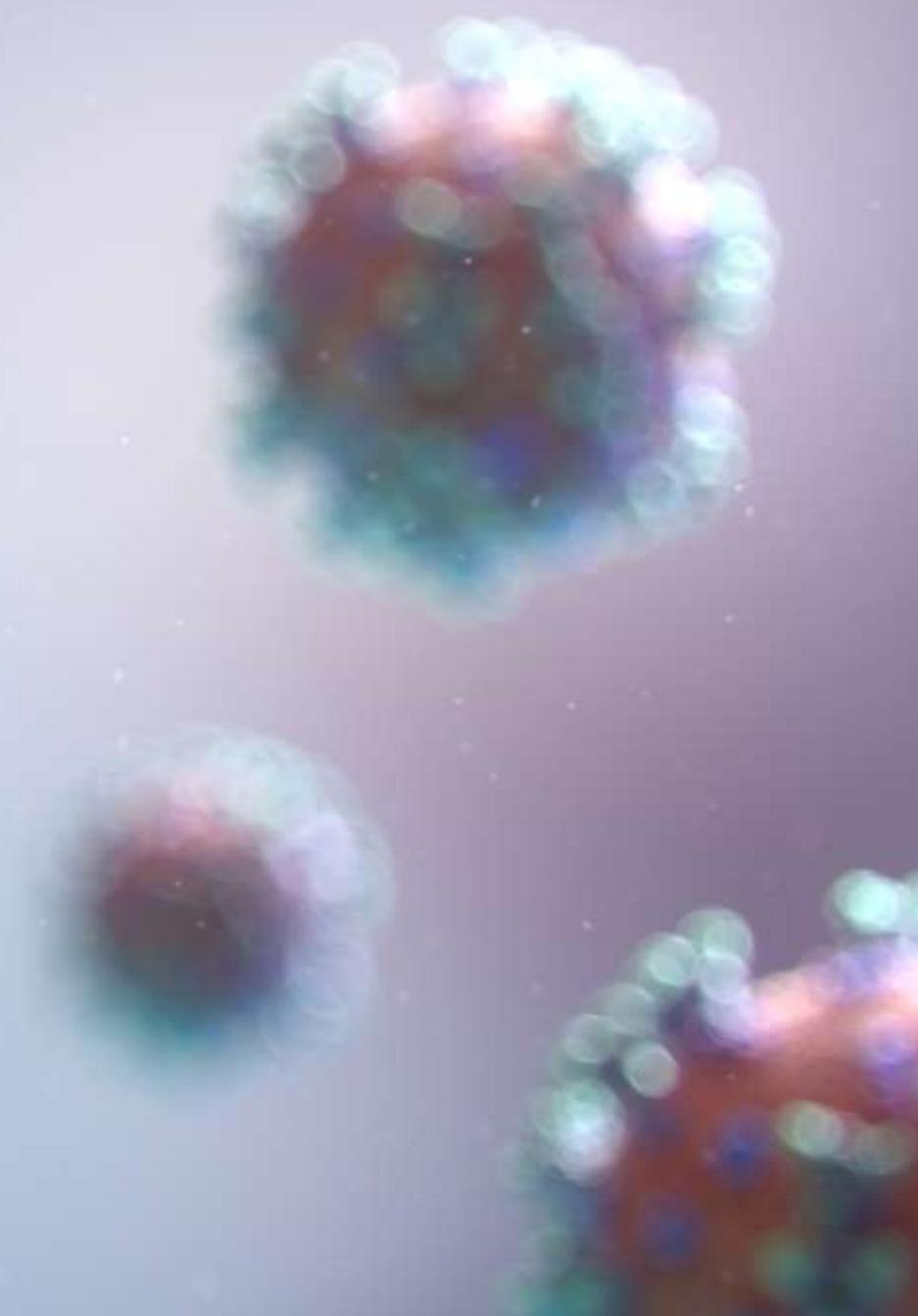
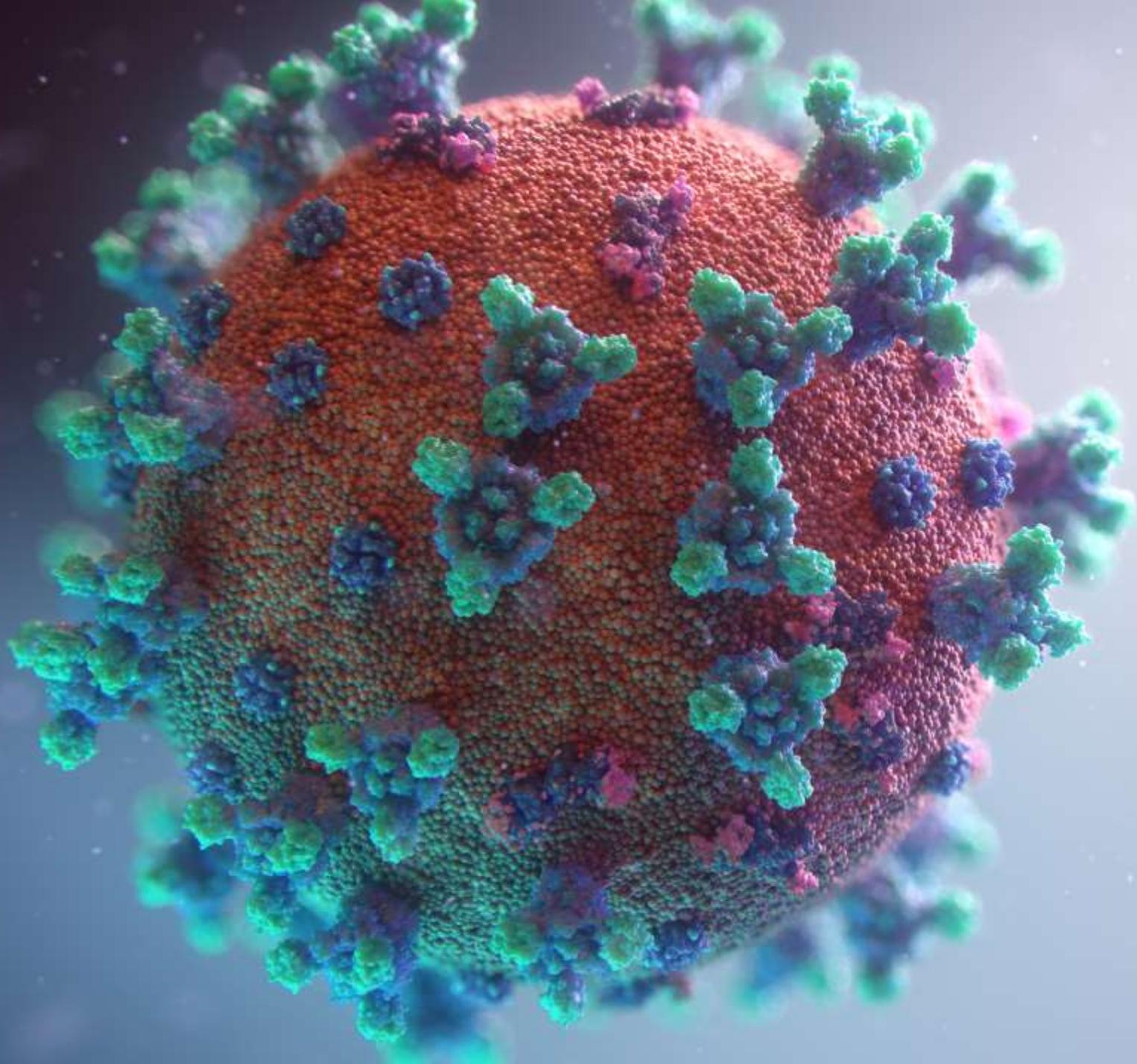


BIS 50 TEILNEHMER



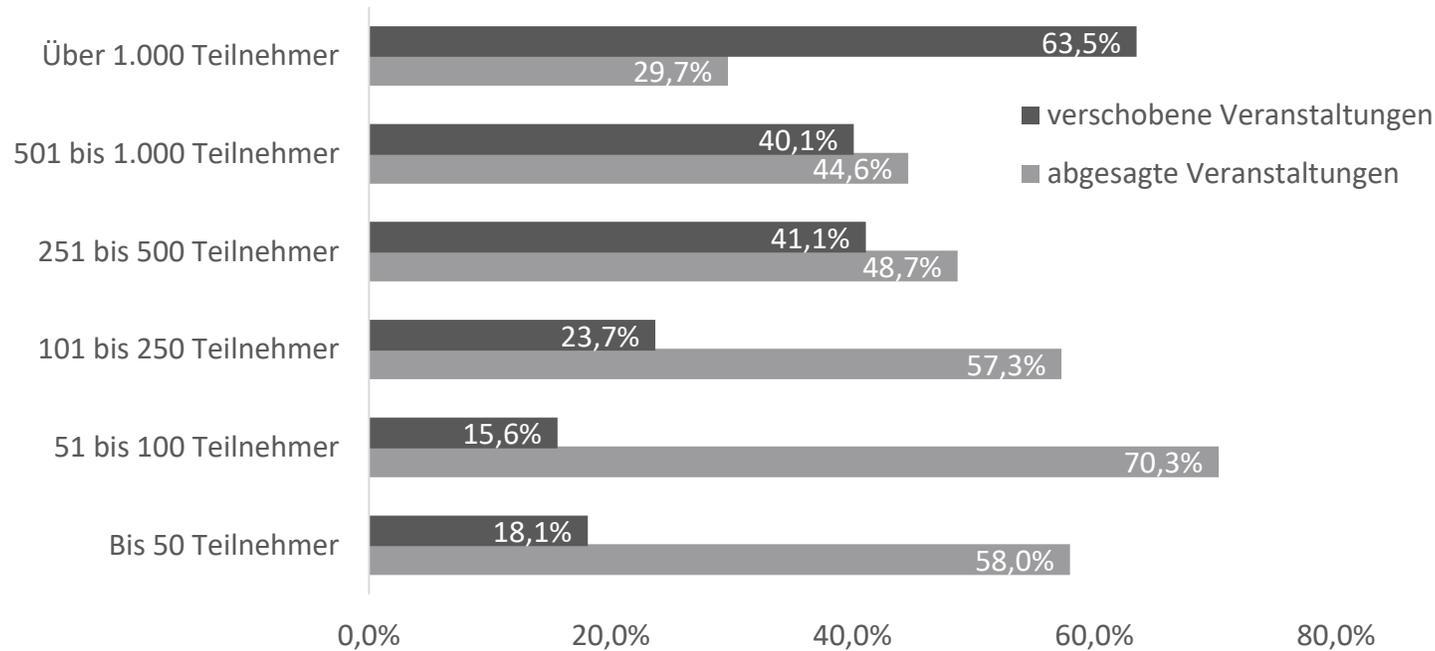
MEHR ALS 50 TEILNEHMER





Anbieter-Befragung zu den Auswirkungen des Corona-Virus

Verlust und Verschiebung von Veranstaltungen nach Größenklassen



Je größer die Veranstaltung, umso eher wird sie verschoben – kleinere Veranstaltungen entfallen eher komplett bzw. werden zumindest nicht als Live-Veranstaltung nachgeholt, könnten aber stattdessen auch virtuell abgehalten worden sein.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2020: Frage 1 - Bitte tragen Sie für die vorgegebenen Größenklassen die Anzahl der ursprünglich geplanten sowie die Anzahl der ausgefallenen und verschobenen Veranstaltungen aufgrund der Krise bisher in die vorgesehenen Spalten ein.

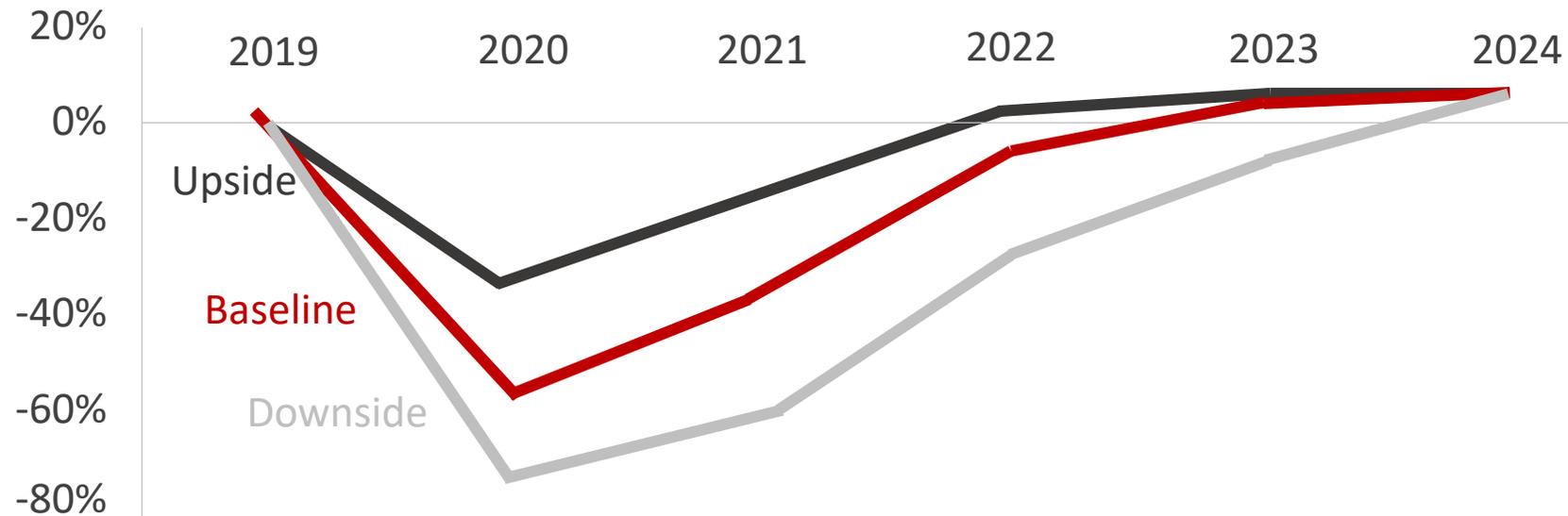
Einflussfaktoren für den Re-Start

-  **Absage oder Verschiebung von Veranstaltungen** - freiwillig von den Organisatoren oder als Reaktion auf die von der Regierung verhängten Beschränkungen.
-  **Offizielle Reisebeschränkungen** - dies schränkt insbesondere die Teilnahme internationaler Teilnehmer ein.
-  **Risikoaversion potenzieller Teilnehmer** - die zur Absage geplanter Veranstaltungsteilnahmen führt.

Recovery-Szenarien für Europa

Convention and event visitation growth

Amounts in percentage change in visitation since 2019



ENTWICKLUNGSSZENARIEN

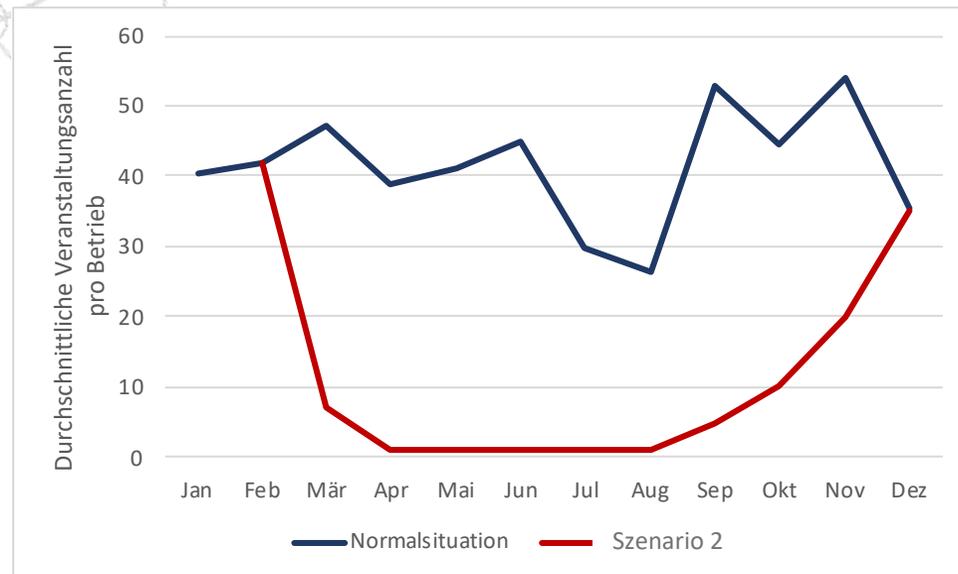
- 1. Szenario:** Ausgehend vom Verlauf in der Provinz Wuhan in China wird von einer Dauer von 4 Monaten bis zur Normalisierung ausgegangen und ab Juli mit einer Verbesserung der Situation gerechnet.
- 2. Szenario:** Das zweite Szenario geht von einer Besserung erst ab September aus.
- 3. Szenario:** Das dritte Szenario geht davon aus, dass erste Veranstaltungen erst wieder zum Ende des Jahres (ab Dezember) stattfinden.

→ *Bei allen Szenarien werden verschiedene Größenklassen sowie internationale Teilnehmer*innen berücksichtigt*

SZENARIO 2

Das zweite Szenario geht vom Höhepunkt der Krise zwischen Juni und August aus. Damit ist hier ein Beginn der Erholung erst im September möglich.

Szenario 1



Erläuterung des Kurvenverlaufs:

Februar: noch normal

März: hier wurde der Mittelwert aus den Angaben der Befragung übernommen: 15%

April: Rückgang auf fast Null

Mai: Bleibt bei Null

Juni: Bleibt bei Null

Juli: Bleibt bei Null

August: Bleibt bei Null

September: Erste Veranstaltungen finden wieder statt

Oktober: Erholung des Marktes, Zunahme der Veranstaltungen

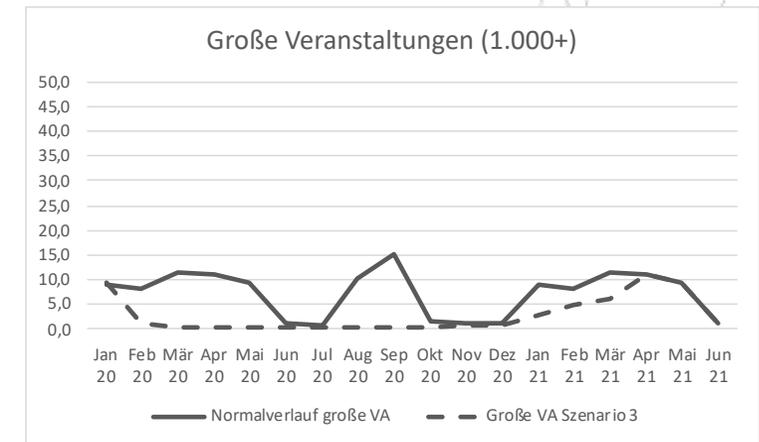
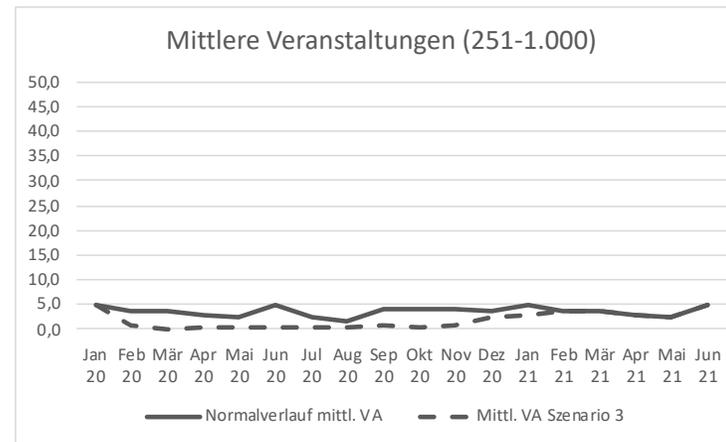
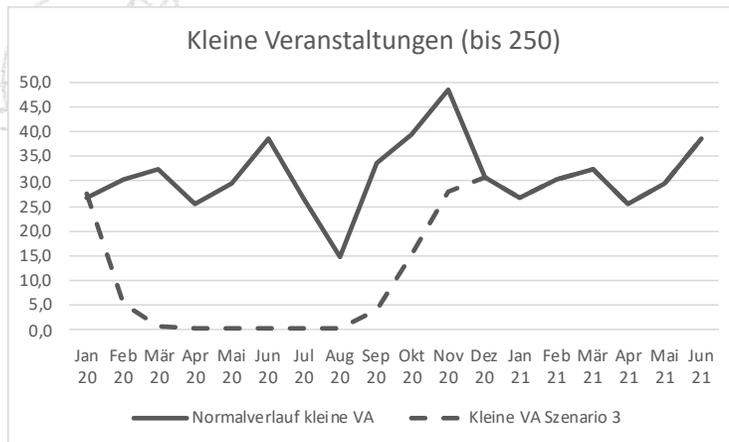
November: Weitere Zunahme der Veranstaltungen

Dezember: Rückkehr zum Normalverlauf

Bei diesem Szenario finden nur noch 33% der Veranstaltungen statt und es ist von einem **Rückgang der Veranstaltungen in Höhe von rd. zwei Dritteln (67%)** auszugehen.

CORONA-AUSWIRKUNGEN AUF UNTERSCHIEDLICHE GRÖßENKLASSEN: SZENARIO 2

Basierend auf Szenario 2 wird das Volumen aller Veranstaltungen in drei verschiedene Veranstaltungs-Größenklassen unterteilt und die jeweiligen Auswirkungen der Corona-Krise werden im Verlauf bis Mitte 2021 dargestellt. Es wird von einer ersten Lockerung der Maßnahmen ab September 2020 ausgegangen.



Quelle: EITW 2020

Nach der Lockerung der Auflagen und einer schrittweisen Zulassung von Veranstaltungen nehmen die kleinen Veranstaltungen am schnellsten zu und erholen sich bis zum Dezember 2020.

Die mittelgroßen Veranstaltungen benötigen eine längere Zeitschiene als die kleinen zur Erholung – auch länger als im Szenario 1, da der Markt länger stillgelegt war. Sie tendieren im Februar 2021 zurück zu normal.

Die großen Veranstaltungen brauchen am längsten bis zur Rückkehr zum Normalzustand. In diesem Szenario ist eine Normalisierung im Frühjahr (April/Mai) 2021 wahrscheinlich.





- **Entwicklung der Bedeutung hybrider und virtueller Formate**

Hybride Veranstaltungen

ANBIETER

Anteil hybrider
Veranstaltungen
13,7 %



VERANSTALTER

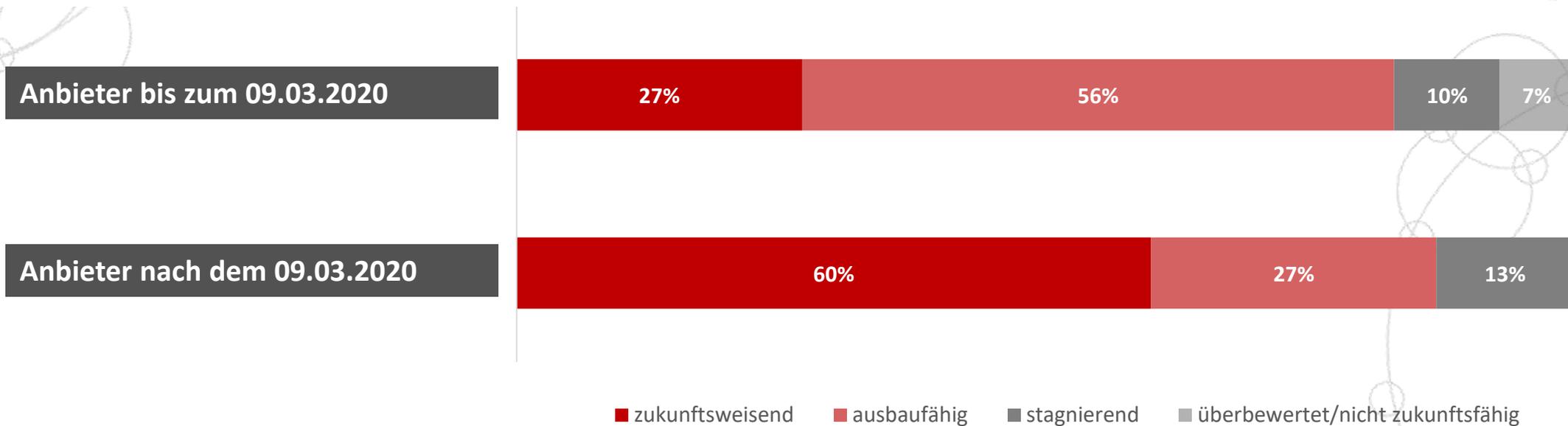
36,4 % führen
hybride
Veranstaltungen
durch

Anteil hybrider
Veranstaltungen
28,8 %

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2020: Wie hoch schätzen Sie den Anteil von hybriden Veranstaltungen (ab 20 Teilnehmern) ein? Veranstalterbefragung 2020: Haben Sie 2019 auch hybride Veranstaltungen (ab 20 Teilnehmern) durchgeführt? Welchen Anteil machen hybride Veranstaltungen aus?

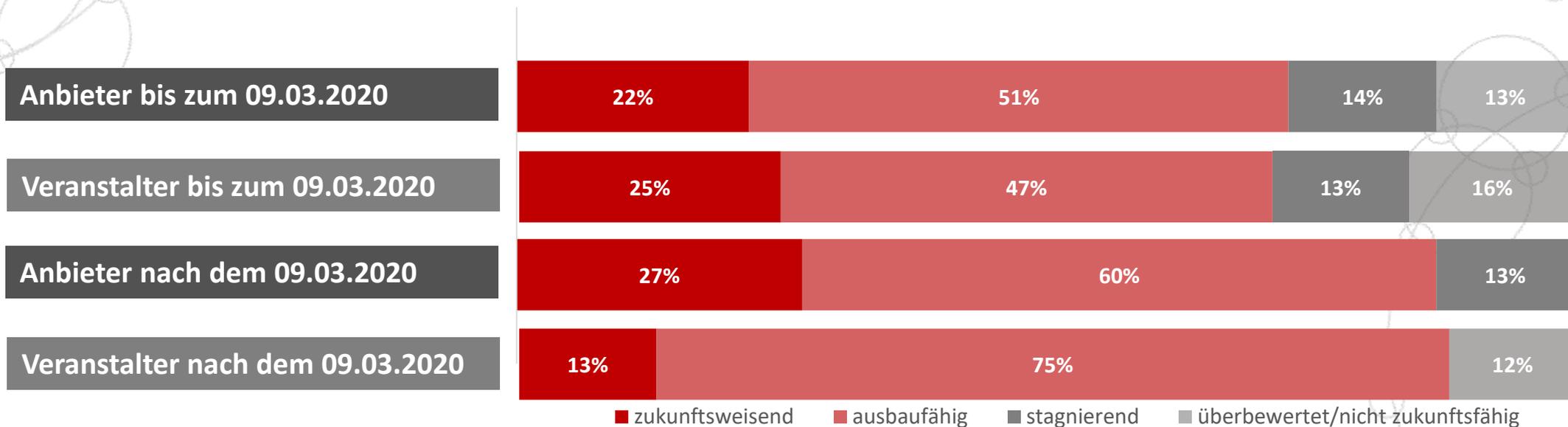
HAT DIE CORONAKRISE DIE EINSTELLUNG DER ANBIETER ZUR ENTWICKLUNG VON TRENDS BEREITS BEEINFLUSST?

Trend zu hybriden und räumlich-verteilten Veranstaltungen



HAT DIE CORONAKRISE DIE EINSTELLUNG DER ANBIETER UND VERANSTALTER ZUR ENTWICKLUNG VON TRENDS BEREITS BEEINFLUSST?

Trend zu virtuellen Veranstaltungen

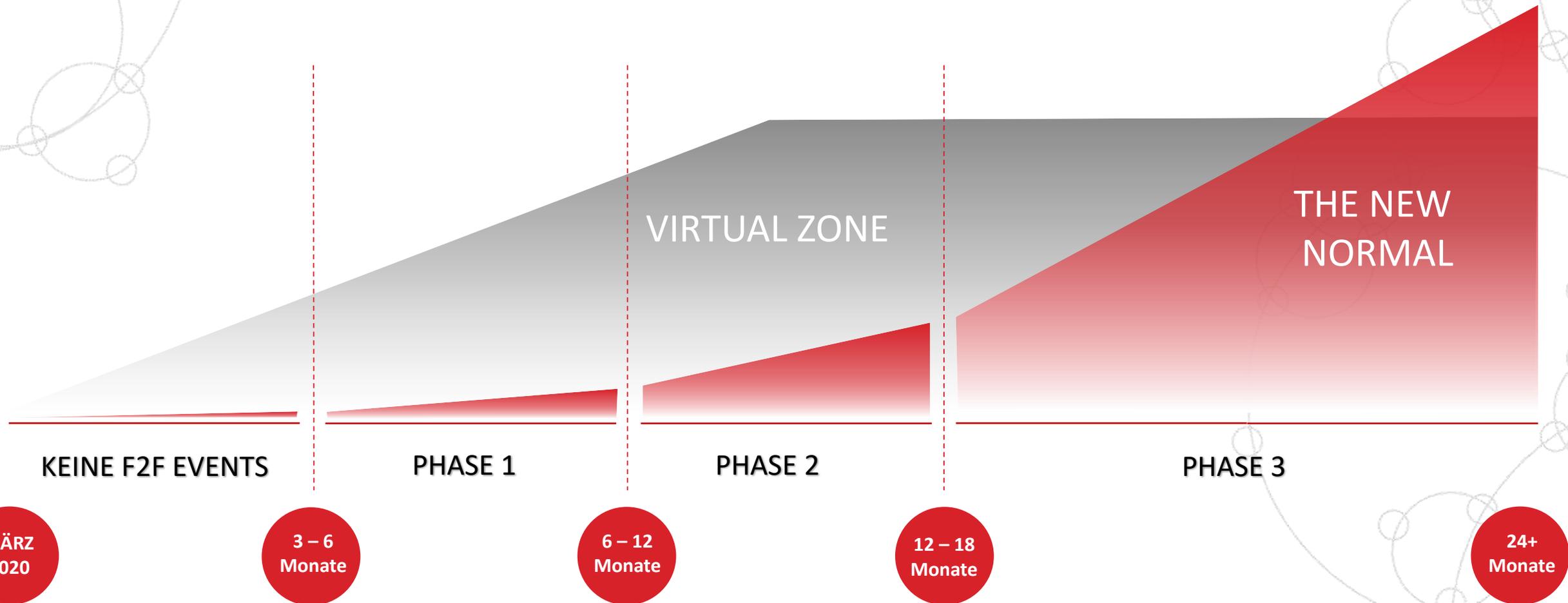


Beschleuniger für die zukünftige Entwicklung in der Veranstaltungskonzeption

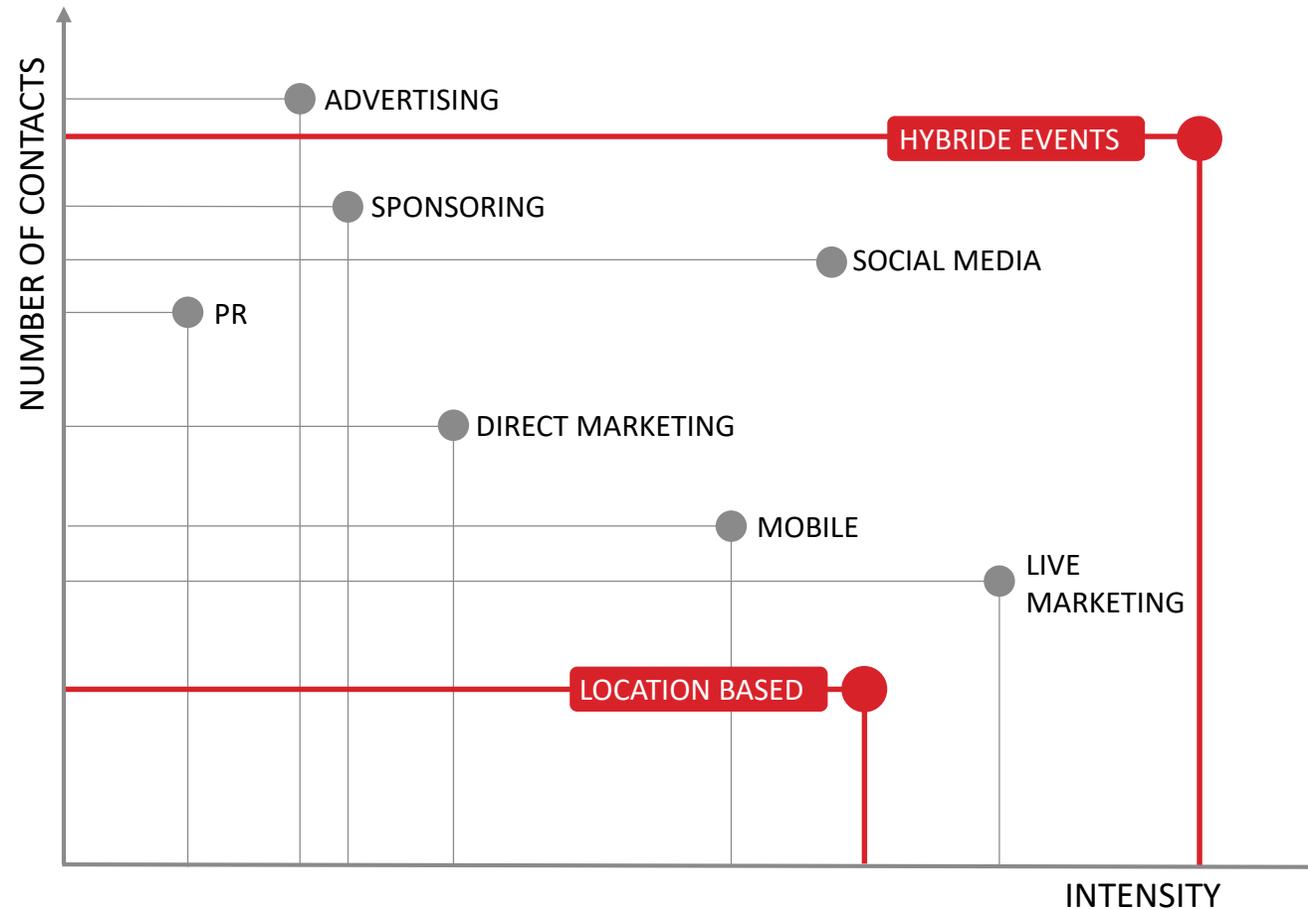


● GCB Recovery Strategy

„The New Normal“: Digitalisation is Here to Stay



HYBRIDE EVENTS – ERHÖHUNG DER REICHWEITE: DAS BESTE AUS ZWEI WELTEN



FOMO

FEAR OF MISSING OUT



DIE DREI-DIMENSIONALE DELEGATE JOURNEY: VON HIGH TOUCH ZU LOW TOUCH



GRUNDLAGE: EVIDENZBASIERTES MARKETING



83 % aller Planer wählen die Destination passend zu ihrer Branche



Deutschland belegt beim Covid-19 Safety Ranking Platz 2 weltweit (hinter Israel)



Für 63% der Veranstaltungsplaner ist Nachhaltigkeit (sehr) wichtig



News, neue Ideen und Erlebnisse, neue Veranstaltungsformate, Best Practices, persönliche Stories



63 % der Planer bevorzugen digitale Kommunikationskanäle, gefolgt von F2F Aktivitäten



Über 80 % der Veranstalter halten virtuelle und hybride Veranstaltungen für zukunftsfähig bzw. ausbaufähig



Veranstaltungen sind zunehmend interaktiv, individualisiert, innovativ



Hoch digitale Events führen zu mehr Geschäftsabschlüssen

OUR VISION



Meetings made in Germany
connect the world
– digital and face-to-face

AT THE HEART OF FUTURE EVENTS: MEETINGS MADE IN GERMANY



WEITERENTWICKLUNG MARKETING: AUFGABEN UND AKTIVITÄTEN



At the heart of future events

MEETINGS MADE IN GERMANY

<https://www.youtube.com/watch?v=7Sojg8Fd5iE>

INTENSITÄT DER
MARKT-
BEARBEITUNG



CHN/
USA

EU

DE

PHASE I

PHASE II

PHASE III

PHASE IV

März
2020

Juni
2020

September
2020

2021 ff

MARKT-
BEARBEITUNGS-
MASSNAHMEN

- Marktforschung, Situationsanalyse, Informationsbereitstellung (Website Eventcrisis.org, GCB Future Talks, Studien)
- Social Media Kampagne „Meet Germany from Home“
- Umsetzung erster virtueller Formate mit Schwerpunkt Gedankenaustausch, Kontakt halten; kein Sales

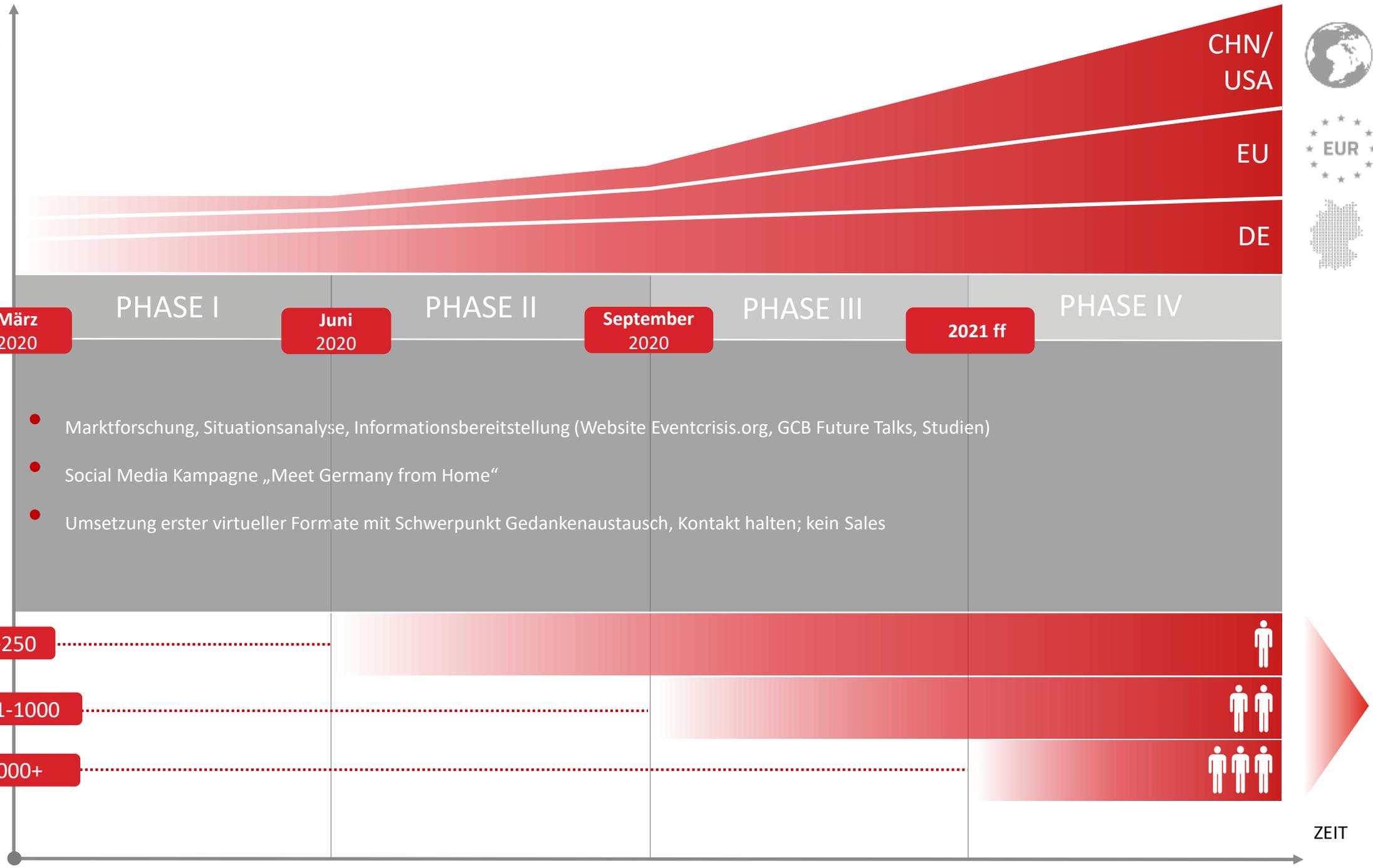
>250

251-1000

1000+



ZEIT



INTENSITÄT DER
MARKT-
BEARBEITUNG



CHN/
USA

EU

DE

PHASE I

PHASE II

PHASE III

PHASE IV

März
2020

Juni
2020

September
2020

2021 ff

MARKT-
BEARBEITUNGS-
MASSNAHMEN

- Ausweitung der virtuellen Formate (virtuelle Sales Calls, Fireside Chats, virtuelle Produktschulungen)
- Nur wenige Face-to-Face Formate und Marketingaktivitäten; erste Face-to-Face Veranstaltungen werden in der Regel als hybride Formate konzipiert
- Fokus auf den nationalen Markt
- Face-to-Face-Maßnahmen in internationalen Märkten nur durch GCB-Auslandsbüros und noch auf ein Minimum begrenzt, ohne Beteiligung von Partnern aus Deutschland

>250

251-1000

1000+



ZEIT



INTENSITÄT DER
MARKT-
BEARBEITUNG



CHN/
USA

EU

DE

PHASE I

PHASE II

PHASE III

PHASE IV

März
2020

Juni
2020

September
2020

2021 ff

MARKT-
BEARBEITUNGS-
MASSNAHMEN

- Wiederaufnahme persönlicher Kontakte (Messen, Sales Calls, Educational Trips), nach und nach auch in internationalen Märkten (erst Europa, dann Long-Haul)
- Parallel weitere Ausweitung von virtuellen Maßnahmen, zunehmend Kombination Face-to-Face und digital

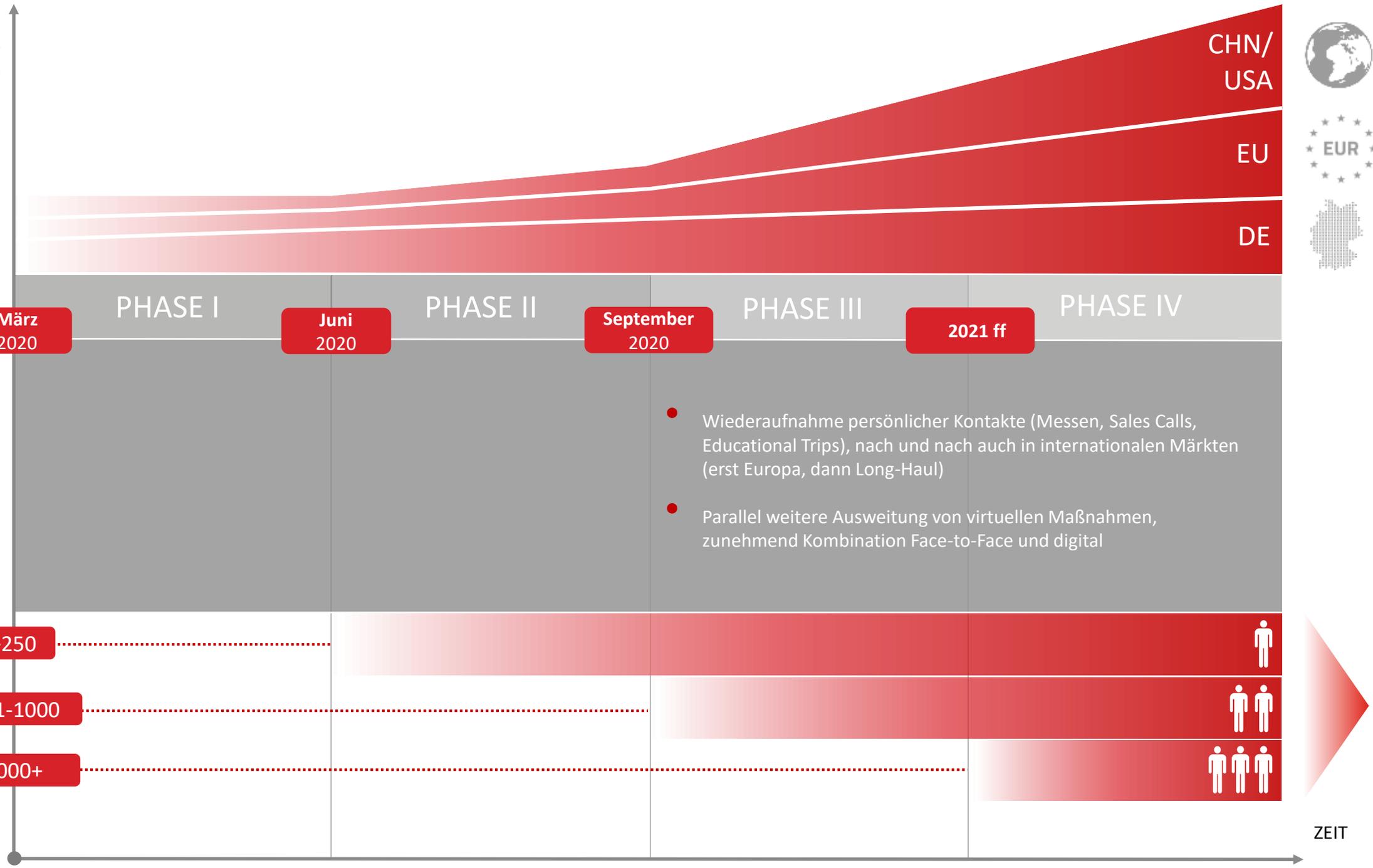
>250

251-1000

1000+



ZEIT



INTENSITÄT DER
MARKT-
BEARBEITUNG



CHN/
USA

EU

DE

PHASE I

PHASE II

PHASE III

PHASE IV

März
2020

Juni
2020

September
2020

2021 ff

MARKT-
BEARBEITUNGS-
MASSNAHMEN

• Kombination von analogen, hybriden und virtuellen Formaten wird zum neuen Standard in der Marktbearbeitung.

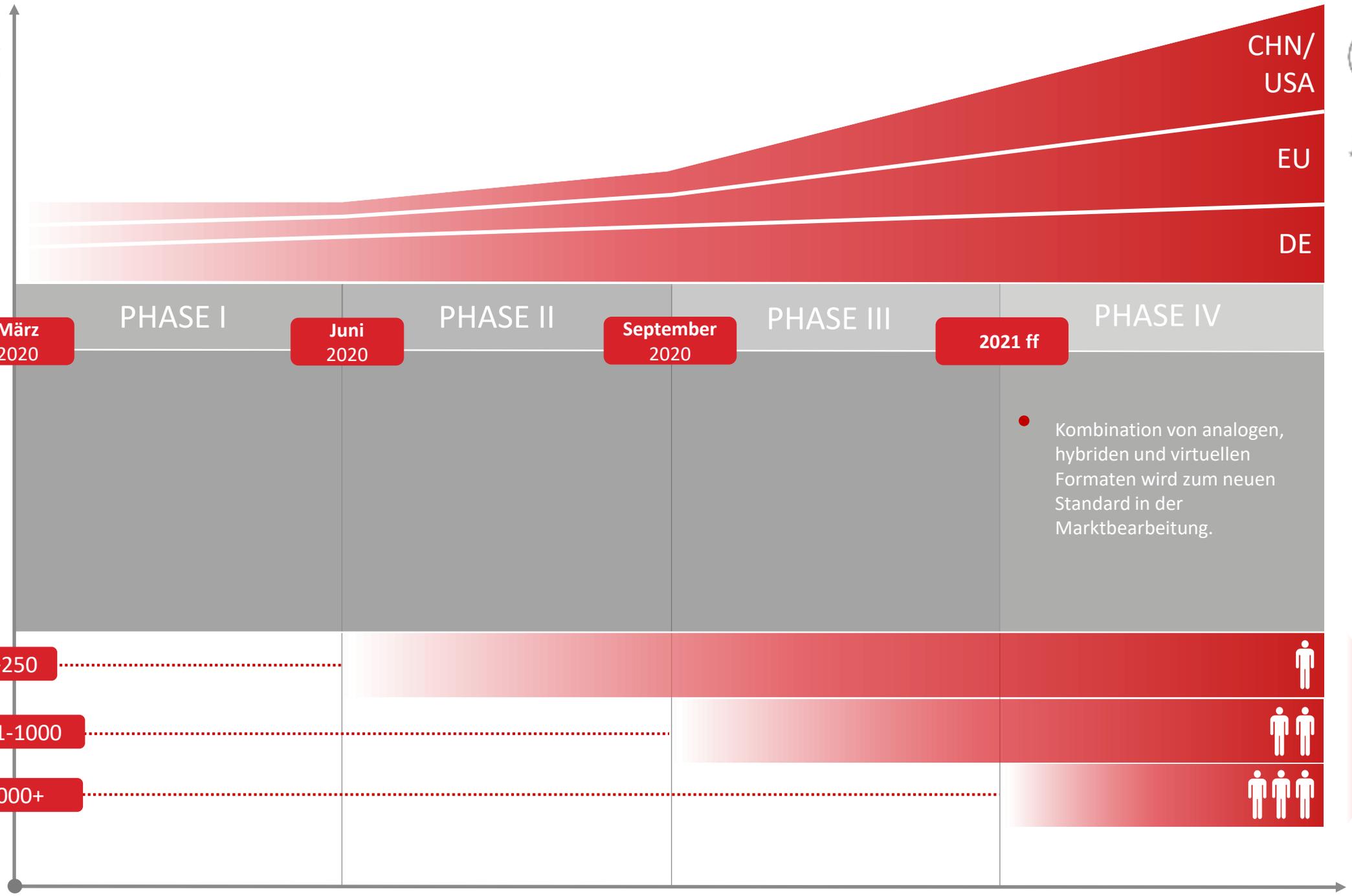
>250

251-1000

1000+



ZEIT



GET IN TOUCH



Matthias Schultze

Managing Director German Convention
Bureau & Co-Founder Innovation Allian...



What's next? - Die Tagungs- und Kongressbranche im Wandel

STATUS QUO UND STRATEGIEN
FÜR DIE ZUKUNFT

**Matthias Schultze,
Managing Director,
GCB German Convention Bureau e.V.**