

Vielfalt an Veranstaltungen, langfristige Planung, Verbindlichkeit: Verbände sind ein wichtiger Partner der Tagungs- und Kongressbranche – und das nicht, nur wenn die Wirtschaft boomt.

Zuverlässig, auch in Krisenzeiten

Wenn alles klappt, dann ist München ab 2013 „Mobile World Capital“. Zu Deutsch: Hauptstadt der mobilen Welt. Die bayerische Landeshauptstadt würde dann bis 2017 das jährliche Top-event der Mobilkommunikationsbranche, den „Mobile World Congress“, mit mehr als 50.000 Besuchern, ausrichten. Außerdem würde in der Münchener Innenstadt ein „Mobile World Center“ mit Museum, Laden- und Büroflächen entstehen, und Einwohner und Gäste dürften sich über ein ausgedehntes „Mobile World Festival“ freuen, das heißt über branchenbezogene Vortrags-, Film-, Konzert- und andere Veranstaltungen in der ganzen Stadt. Die Chancen, dass all das Wirklichkeit wird, stehen gut. Denn München hat es gemeinsam mit Barcelona (wo der „Mobile World Congress“

bisher stattfand), Paris und Mailand in die Runde der letzten vier geschafft. Beworben hatte sich das städtische Kongressbüro gemeinsam mit dem Wirtschaftsministerium des Freistaates Bayern und der Messe München. Ausrichter ist der in London ansässige Weltverband GSMA, der von der Siegerstadt auch ein klares Bekenntnis zur Branche erwartet: etwa durch die Schaffung eines Verbundes – eines Clusters, in dem neue Ideen entstehen. München könnte so zu einem Dreh- und Angelpunkt der globalen Mobilkommunikationsbranche werden.

HOHE AUSLASTUNGS- UND PLANUNGSSICHERHEIT

Die endgültige Entscheidung wird von der GSMA zwar erst im Juni 2011

bekannt gegeben, doch schon jetzt unterstreicht das Beispiel, wie wichtig Verbände für die wirtschaftliche Entwicklung einer Stadt und für die örtliche Tagungs- und Kongressbranche sein können. Sollte München ab 2013 „Mobile World Capital“ werden, dann dürfte davon nicht nur die Infrastruktur der bayerischen Mobilkommunikationsbranche, sondern auch das Internationale Congress Center München, ICM, profitieren. Zu dessen Vorteilen gehört die direkte Anbindung an die Neue Messe. Allein durch die kombinierte Nutzung von ICM und Halle C1 können Veranstaltungen mit bis zu 12.000 Personen durchgeführt werden – durch die Kombination mit weiteren Messehallen sind sogar Megaevents mit noch größerer Teilnehmerzahl problemlos

Anzeige

Besuchen Sie uns auf der **imex in Frankfurt**, www.imex-frankfurt.de



apellkomm.de

Wir sprechen **Kongress**, auch im **Detail!**

Dieses Alphabet beherrschen wir spielend. Angefangen mit weltberühmter Architektur, Best-Service und City-Lage mit optimaler Infrastruktur – nur perfekte Details bilden ein großartiges Ganzes. Hier bieten wir klare Vorteile:

www.liederhalle-stuttgart.de

Kultur- & Kongresszentrum
Liederhalle





Hannover Congress Centrum
© Hannover Congress Centrum

VERBAND & TAGUNG

Erscheinungsweisen der Verbände. Wirtschafts-, Berufs- und Wissenschaftsverbände, Kultur- und Sportverbände, Sozial- und Wohlfahrtsverbände – auch politische Parteien und Gewerkschaften, Kammern und Schutzverbände (GEMA, Güteschutzvereine etc.) zählen dazu.“

THEMATISCHE VIELFALT, GROSSER ANTEIL AM GESCHÄFTSVOLUMEN

Vertiefen wir diese eher allgemein gehaltene Einschätzung durch einen Blick in die Statistik: Laut Deutsche Gesellschaft für Verbandsmanagement (DGVM) gibt es allein in Deutschland rund 14.000 Verbände, von denen etwa 8.500 hauptamtlich geführt sind. Die Mitgliederzahlen sind beeindruckend. So verfügen der Deutsche Olympische Sportbund über 27,5 Millionen, der ADAC über 17 Millionen und der Deut-

zu realisieren. Der Zuschlag der GSMA wäre ein weiterer Beleg für die wichtige Rolle, die Verbände im Tagesgeschäft des Internationalen Congress Centers spielen. „Die enge Zusammenarbeit mit Verbänden ist für uns von zentraler Bedeutung“, sagt Andrea Bisping, Leiterin des ICM: „Nationale wie internationale Verbände bzw. Associations und deren Veranstaltungen bilden seit jeher eine unserer wichtigsten Kundengruppen. Industrieverbände ebenso wie große wissenschaftliche und medizinische Gesellschaften veranstalten regelmäßig ihre großen Tagungen und Kongresse im ICM.“ Und die Kongressspezialistin nennt auch gleich noch einen der wesentlichen Vorteile, die die Zusammenarbeit mit Kunden aus dem Verbandsbereich bietet: „Insbesondere garantiert der meist sehr langfristige Planungshorizont von Verbandstagungen und Kongressen für uns als Kongresszentrum hohe Auslastung und Planungssicherheit.“

ENTSCHEIDENDER FAKTOR IM VERANSTALTUNGSPORTFOLIO

Mit diesem Fazit steht die ICM-Leiterin nicht allein. „Verbände mit ihren Veranstaltungen bestreiten einen wichtigen und erheblichen Teil des jährlichen Veranstaltungskalenders in unserem Congress Center“, sagt auch Martin Buhl-Wagner, Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Messe. Und Joachim König, Geschäftsführer des Hannover Congress Centrus, ist überzeugt: „Der

Verbandsbereich ist sicherlich für jedes Kongress- und Veranstaltungszentrum mit einem Schwerpunkt im Bereich Kongresse und Tagungen ein ganz entscheidender Faktor im Veranstaltungsportfolio.“ Aber warum spielen Verbände eine so große Rolle für zahlreiche Veranstaltungshäuser? Neben dem erwähnten langfristigen Planungshorizont hängt es ganz sicher auch mit der enormen Zahl an existierenden Verbänden zusammen – und mit deren vielfältiger inhaltlicher Ausrichtung. „Verbände“, so die Definition des Autorenduos Wolfgang Lietzau und Thomas Zitzmann, „bündeln die Interessen der einzelnen Mitglieder zur Erreichung gemeinsamer Ziel- oder Wertvorstellungen. Sie existieren und agieren in allen Gesellschaftsbereichen.“ Und weiter: „Sozial- und Politikwissenschaft unterscheiden mannigfaltige

Tagen mit Stil und Kompetenz!

Ob Konferenzen, Mitarbeiterseminare oder Kundenveranstaltungen – die Panorama Hotels in Hamburg bieten Ihnen den perfekten Rahmen für Ihre Veranstaltung.

- 15 Veranstaltungsräume für bis zu 300 Personen
- 210 komfortable und großzügige Zimmer
- Kulinarische Gaumenfreuden
- Kaffeepausen mit Pepp
- Service mit Herz

Wir begleiten Sie professionell – fordern Sie uns!

Tagungspauschalen schon ab 35,00 € pro Person

Hotel Panorama Hamburg-Billstedt
Hotel Panorama Hamburg-Harburg
www.panorama-hotels-hamburg.de





Hannover Congress Centrum
© HCC

sche Fußballbund über 6,7 Millionen Mitglieder. Nimmt man die vielfältigen Themenschwerpunkte hinzu, die in Bereichen wie Arbeit, Soziales, Gesundheit, Bildung und Kultur gesetzt werden, dann kann man sich vorstellen, dass Verbände auch eine große Zahl an Tagungs- und Kongressveranstaltungen initiieren. „Unter Berücksichtigung von objektbezogenen und regionalen Unterschieden kann man sicher davon ausgehen, dass ein Kongresszentrum in der Regel ein Drittel bis zur Hälfte seiner Kongress-, Tagungs- und Seminarveranstaltungen im Bereich des Verbandsgeschäfts abwickelt“, schätzt Joachim König und bestätigt mit Blick auf das eigene Haus: „Im Hannover Congress Centrum kann man davon ausgehen, dass jährlich bis zur Hälfte der gut 800 Kongress-, Tagungs- und Seminarveranstaltungen im Bereich des Verbandswesens angesiedelt sind. Bei den im HCC unter ‚Events‘ zusammengefassten Veranstaltungen findet sich ebenfalls ein nennenswerter Anteil Verbandsveranstaltungen, denn in dieser Kategorie werden auch Jahreshauptversammlungen und ähnliche Veranstaltungen statistisch erfasst.“ Etwas allgemeiner, aber mit demselben Tenor resümiert Andrea Bisping für das ICM: „Die Veranstaltungen von Verbänden generieren einen großen



Seminarraum
© Congress Center Leipzig

Anteil unseres jährlichen Geschäftsvolumens – die absoluten Zahlen variieren jedoch turnusabhängig sehr stark.“

Dass sich ein so hohes Aufkommen an Veranstaltungen mit entsprechender Themenvielfalt auch in den Umsatzzahlen niederschlägt, liegt nahe. „Jedes Jahr beherbergt das Congress Center Leipzig über 70 Kongress- bzw. Tagungsveranstaltungen. Reichlich die Hälfte davon fällt in die Kategorie ‚Verbandskongresse‘, beschreibt Martin Buhl-Wagner die Lage in seinem Haus. „Der größte Teil davon hat Themen aus Medizin und Life Sciences zum Inhalt. Aber auch in den Bereichen Energie, Technik oder Wirtschaft entscheiden sich gern Verbände für eine Tagung im CCL. In Jahren mit besonders großen und ausstellungssintensiven Verbandskongressen macht deren Umsatz im CCL deutlich über die Hälfte aus.“ Joachim König nennt für das Congress Center Hannover sogar konkrete Zahlen: „Im HCC ist im Rahmen der genannten Mengenanteile davon auszugehen, dass durch die Verbandsveranstaltungen im Haus jährlich zwischen 1,5 bis 2 Millionen Euro Umsatz im Bereich Miete und Technik generiert werden.“

DEUTSCHLAND FÜHRENDE TAGUNGS- UND KONGRESSDESTINATION – AUCH DANK EINER GUTEN ZUSAMMENARBEIT MIT VERBÄNDEN

Vor diesem Hintergrund ist es nur folgerichtig, dass Verbände einen großen Anteil an der Spitzenposition ha-

ben, die Deutschland schon seit Jahren als Tagungs- und Kongressdestination behauptet. So wurde die Bundesrepublik auch im letzten Ranking der renommierten International Congress & Convention Association (ICCA) vom Mai 2010 wieder auf Platz 1 in Europa sowie weltweit auf Platz 2 geführt – bereits zum 6. Mal in Folge. Zwar deckt die ICCA-Statistik mit Veranstaltungen, die mindestens 50 Teilnehmer haben, regelmäßig stattfinden und zwischen mindestens drei Ländern rotieren, nur einen Teil der weltweit stattfindenden Kongresse ab, doch zeigt sie deutliche Tendenzen auf. Demnach war Deutschland mit 458 internationalen Verbandskongressen auch im Jahr 2009 unangefochtene Topdestination in Europa und ließ Spanien (360 Kongresse), Italien (350 Kongresse), Großbritannien (345 Kongresse) und Frankreich (341 Kongresse) deutlich hinter sich. Im weltweiten Vergleich konnten nur die USA (595 Kongresse) dieses hervorragende Ergebnis toppen.

„Dass Deutschland seine Spitzenposition erfolgreich behauptet, unterstreicht, wie gut wir aufgestellt sind“, erklärt dazu Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB German Convention Bureau e.V., der Dachorganisation der deutschen Tagungsbranche. „Deutschland punktet immer wieder mit seiner zentralen Lage in Europa, mit seiner exzellenten Verkehrsinfrastruktur und seinen vielfältigen Tagungskapazitäten – von individuellen Meeting- bis zu großen Event-Locations. Hinzu kom-

men die hohe Innovationskraft deutscher Firmen und Universitäten, unsere führende Position in den Bereichen Erneuerbare Energien, Technologie, Chemie, Automobilindustrie etc. und das Land selbst mit seiner landschaftlichen und kulturellen Vielfalt. Nicht zuletzt, so Schultze weiter, „bleiben wir mit unserem hervorragenden Preis-Leistungs-Verhältnis selbst in Zeiten knapper Budgets bei Veranstaltungsplanern wettbewerbsfähig.“ Das herausragende Ergebnis auch bei den in Deutschland stattfindenden internationalen Verbandskongressen unterstreicht für den GCB-Chef, „wie gut wir hier mit den nationalen und internationalen Verbänden zusammenarbeiten“.

Und darüber freuen sich natürlich auch die Verbände. So profitieren die unterschiedlichsten Organisationen

nicht nur von der ausgeprägten Kundenorientierung deutscher Tagungs- und Kongressanbieter, sondern auch von deren Know-how und den verschiedenen fachlichen Netzwerken, in denen sie vor Ort arbeiten. „Natürlich hat Leipzig als Gastgeberstadt für wissenschaftliche Meetings – von der kleinen Fachtagung bis zum Großkongress – sehr gute Voraussetzungen. Aber die Bewerbung für einen Kongress ist immer ein aufwendiges, viel Arbeit und Engagement erforderndes, oftmals mehrjähriges Verfahren“, erklärt etwa Prof. Dr. Wieland Kiess von der Deutschen Gesellschaft für Kinder- und Jugendmedizin e.V. „Hier habe ich es als unschätzbaren Vorteil erfahren, dass das Congress Center Leipzig und seine kompetenten und serviceorientierten Partner in der Stadt bei der Bewerbung

mit Rat, vor allem aber auch Tat zur Seite gestanden haben. So konnte ich mich weitgehend auf die inhaltliche Ausgestaltung konzentrieren“.

Auch Prof. Dr. Hartwig Bauer, Generalsekretär der Deutschen Gesellschaft für Chirurgie, ist mit „seinem“ Kongressanbieter, dem Münchner ICM, sehr zufrieden: „Der Chirurgenkongress findet, nachdem wir 40 Jahre auf der Theresienhöhe tagten, bereits seit 1999 alle zwei Jahre im ICM statt, und wir würden dort nicht bleiben, wenn der Gesamtrahmen nicht stimmen würde. Die Zusammenarbeit mit dem ICM hat sich sehr gut eingespielt, wir erhalten bei der Organisation jede Unterstützung, die nötig ist. Vor allem die Verbindung zwischen Tagung und Industrieausstellung ist dort sehr gut gelöst. Die Attraktivität der Stadt und des Umlands tut ein Übriges“.

Frische Ideen für ein erfolgreiches Business



Frankfurt steckt voller Kreativität. Im Süden, auf dem höchsten Punkt der City und mit Weitblick liegt das Holiday Inn Frankfurt City-South.

Mit 26 Etagen voller frischer Ideen für Ihr Meeting, Seminar oder die Grossveranstaltung. 21 Veranstaltungsräume inklusive eines privaten Boardrooms stehen neben 439 Hotelzimmern zur Verfügung. Zwei Restaurants, ein Bistro und eine Bierstube sorgen für das leibliche Wohl. Nutzen Sie unsere Ideen und Flexibilität, um Ihre Veranstaltung zum Erfolg werden zu lassen.

In einem zentralen First-Class-Hotel mit eigenem Parkhaus und direkter Autobahnbindung.

Holiday Inn Frankfurt City-South, Conference Centre

Mailänder Straße 1
D - 60598 Frankfurt / Main

Telefon +49 (0) 69 6802 - 0
Telefax +49 (0) 69 6802 - 333

info.hi-frankfurt-cc@qgdhotels.de
www.frankfurt-hi-hotel.de



STARK, BELASTBAR, DYNAMISCH, VERLÄSSLICH

Betrachtet man die Gesamtzahl der Verbandskongresse, die im Jahr 2009 europaweit, aber auch auf der ganzen Welt stattgefunden haben, dann liegt die Vermutung nahe, dass Verbände selbst in Zeiten der Finanz- und Wirtschaftskrise ein verlässlicher Partner der Tagungs- und Kongressbranche sind. Eine Vermutung, die durch die ICCA-Statistik bestätigt wird. In der

glieder wird eine „fest etablierte Kultur des Fast-nie-Absagens, -Verschiebens und -Umdisponierens“ als wesentliches Merkmal des internationalen Verbandswesens genannt.

WACHSTUMSPOTENZIAL

Obwohl etliche internationale Verbandskongresse im Jahr 2009 etwas kleiner ausfielen und mit weniger Sponsoring auskommen mussten, gab es doch mindestens genauso viele Ver-

schen mehreren Ländern rotierenden Kongressen einen Zuwachs um stolze 800 Veranstaltungen. Bei den jährlich stattfindenden Verbandskongressen, die 58 Prozent aller internationalen Verbandsmeetings im Jahr 2009 ausmachten, gab es im Vergleich zum Vorjahr einen Zuwachs von 3 Prozent. Auch das sind Entwicklungen, die das Verbandswesen für die internationale Tagungs- und Kongressbranche „so wichtig werden lässt wie nie zuvor“.



ICM Außenansicht
© Internationales Congress Center München

jährlichen Übersicht – Titel: „International Association Meetings Market“ – präsentiert der Weltverband der Veranstaltungsbranche eine umfassende Auswertung der Trends im internationalen Meetingmarkt. „Stark, belastbar, dynamisch, verlässlich: Internationale Verbandskongresse 2009“, so lautet die Überschrift zur Einleitung der aufschlussreichen Statistik. Der anschließende Text führt aus: „In einem Jahr, in dem der ‚schlimmste Abschwung seit der Großen Depression‘ versucht hat, uns auf einen Allzeit-Tiefpunkt hinabzuziehen, in dem Firmentagungen und Incentive-Programme zu bedrohten Spezies mutierten (...) bewies der internationale Verbandssektor einmal mehr, wie wertvoll er für die Meetingbranche ist.“ Neben langen Vorlaufzeiten in der Planung, der oftmals satzungsmäßigen Vorschrift zu tagen und einer überdurchschnittlichen Loyalität der Mit-

anstaltungen, die stabile Zahlen und sogar ein Wachstum aufwiesen. Als Gründe für diese insgesamt positive Entwicklung nennt die ICCA-Analyse einen wachsenden Bedarf an Fortbildungen im medizinischen Bereich, massive Innovationsschübe in Branchen wie Telekommunikation und IT sowie einen beschleunigten wissenschaftlichen Fortschritt auf den Gebieten der Genetik, der Bio- oder der Nanotechnologie. Auch den intensiver werdenden, zusätzliche Kongresse generierenden Wettbewerb unter Verbänden, neue Ableger bereits etablierter Großevents und das Wirtschaftswachstum in Schlüsselmärkten wie China, Indien und Brasilien sieht die „International Association Meetings Market“-Statistik als Motor hinter der Stabilität der Verbände. Im Vergleich zu 2008 verzeichnete die ICCA im Jahr 2009 bei den regelmäßigen, zwi-

IMPULSGEBER, SYNERGIEEFFEKTE VOR ORT

Interessant ist auch, welche Themenbereiche Verbände weltweit mit ihren Veranstaltungen vor allem besetzen. Die ICCA-Statistik nennt hier weitere Zahlen. So zählte sie für 2009 unter den von ihr erfassten Veranstaltungen 1.826 Meetings im Bereich Medizin – was die Spitzenposition bedeutet. Ähnlich viele Meetings fanden in den Bereichen Technologie (1.440) und Wissenschaft (1.325) statt, gefolgt von Industrie (704), Bildung (529) und Sozialwissenschaften (506). Zwar sind mit Kultur (274), Kunst (166), Architektur (91) und Geschichtswissenschaften (82) die geisteswissenschaftlichen und musischen Bereiche eher schwächer vertreten, doch verdeutlicht die Statistik anschaulich, wie viel Verbände mit ihren Tagungen und Kongressen zum wissenschaftlichen Fortschritt und zum gesellschaftlichen

Diskurs beitragen – wie sie Themen be-
setzen und Impulse für die Debatte ge-
ben. Vor diesem Hintergrund haben sie
auch, man denke an die „Mobile World
Capital“-Ausschreibung des Branchen-
verbands GSMA, die Kraft, einen Ver-
anstaltungsort nachhaltig zu prägen.
Weshalb sich neben vielen anderen
deutschen Veranstaltungshäusern auch
das Congress Center Leipzig mit Blick
auf die zahlreichen Verbändeveranstal-
tungen „in der Verantwortung für die
Region“ sieht. Noch einmal Geschäfts-
führungssprecher Buhl-Wagner: „Wir
werben gezielt um Verbandskongresse,
von denen unsere Forschungseinrich-
tungen, Kliniken, Hochschulen oder
Wirtschaftszweige vor Ort profitieren
können. Solche thematisch anspruchs-
vollen Verbandskongresse tragen dazu
bei, das wissenschaftliche und wirt-
schaftliche Profil unserer Stadt und un-
serer Region zu stärken. Aufgrund der
sich daraus ergebend fachlichen Syner-
gien entscheiden sich mittlerweile vie-
le wichtige Verbandskongresse für eine
Tagung im CCL. Diese Wechselwirkung
ist sehr fruchtbar für uns“.

Verbände, die in Deutschland Veran-
staltungen planen, finden im German
Convention Bureau einen zentralen



CCL Leipzig: Congress Center - Innenansicht
© Congress Center Leipzig

Ansprechpartner – es vermarktet das
Land international und national als
Standort für Kongresse, Tagungen,
Incentives und Events. Als Dachorga-
nisation übernimmt das GCB vor al-
lem die Öffentlichkeitsarbeit für seine
Mitglieder. „In dieser Funktion“, so Ge-
schäftsführer Matthias Schultze, „wird
sich das GCB verstärkt als Impulsgeber
für Innovationsthemen positionieren
und seinen Mitgliedern hochwertige
Marktforschungsdaten für Marke-
tingentscheidungen zur Verfügung
stellen. Das alles ist Teil der Kompe-

tenzfelderstrategie, die wir gerade
entwickeln, um uns auch zukünftig
im internationalen Wettbewerb zu be-
haupten. Es geht um die strukturelle
Aufbereitung und Kommunikation von
Themenfeldern, in denen wir ein be-
sonders großes Potenzial sehen. Und
davon werden sicher auch die jewei-
ligen Verbände profitieren“.

WEITERE INFOS

→ www.gcb.de

Discover a new world of congressing

Click it – use it!
www.congressing.de

► **Das Plus an Kommunikation:**
Entdecken Sie Ihr neues Erfolgsportal beim
Spaziergang durch die Bildergalerie.

Brand new perspectives:
www.congressing.de/mitte

► **Noch mehr Informationen?**
Ihr direkter Draht: Tel + 49 (0) 9 11. 86 06-83 11