

Stetig aufwärts bewegen sich die Kurven: Die Tagungsbranche in Deutschland entwickelt sich prächtig. Zu diesem Ergebnis kommt die Untersuchung „Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt 2010/2011“, erstellt von ghh consult. Das Beratungsunternehmen mit Sitz in Wiesbaden befragte die Anbieter des deutschen Tagungsmarkts stichprobenhaft und kam zu dem Schluss, dass 2010 die Veranstaltungs- und Teilnehmerzahlen wie auch der Umsatz im Vergleich zum Vorjahr stiegen. Verbände sind weiterhin eine enorm wichtige Säule der Tagungswirtschaft: Sie stehen hinter einem Drittel aller Veranstaltungen.

Verbände eine tragende Säule der Tagungswirtschaft

Untersuchung „Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt 2010/2011“ der ghh consult GmbH

ZAHL DER VERANSTALTUNGEN

Rund 2,2 Millionen Veranstaltungen fanden 2010 in Deutschland statt, zehn Prozent mehr als im Vorjahr. Genau ein Drittel, nämlich mehr als 730.000 Veranstaltungen, wurde von Verbänden ausgerichtet. Diese Zahl blieb konstant, bereits 2009 und 2008 gingen 33 Prozent der Veranstaltungen auf Verbände zurück, so das Ergebnis der Untersuchung „Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt 2010/2011“ von ghh consult. Zum Gesamtumsatz der Branche in Höhe von

64 Milliarden Euro (2010) haben Verbände somit mehr als 21 Milliarden beigetragen (siehe Abbildung 1).

2009 und 2008 waren insgesamt rund 2 Millionen Veranstaltungen ausgerichtet worden. In den Jahren zuvor, von 2001 bis 2007, hatte die Zahl der Veranstaltungen durchweg zugenommen; 2001 waren es noch 1,15 Millionen gewesen.

Die 2,2 Millionen Veranstaltungen des vergangenen Jahres teilten sich in 49,5 Prozent Weiterbildungen

(1,09 Millionen), 37 Prozent Tagungen und Konferenzen (815.000), 4 Prozent Kongresse (88.000) und 9,5 Prozent Events (210.000) auf. Gegenüber dem Vorjahr wurden leicht weniger Tagungen und Kongresse, jedoch mehr Weiterbildungen durchgeführt.

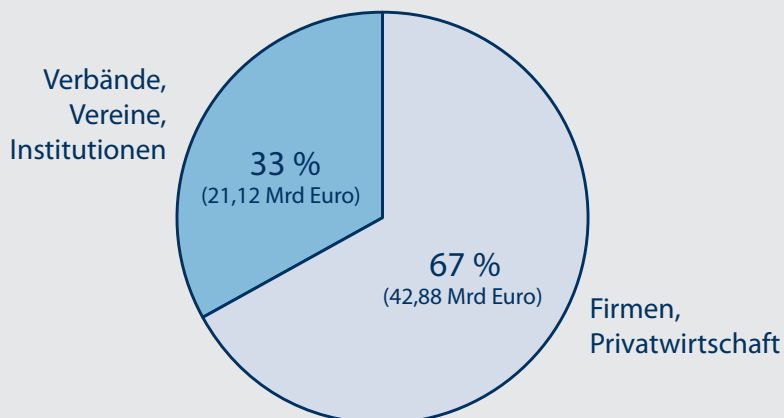
Seit 1998 untersucht ghh consult in Wiesbaden die deutsche Veranstaltungsbranche. Das Beratungsunternehmen greift für seine Studien auf die Kontakte des GCB German Convention Bureau zurück. Die Ergebnisse der stichprobenhaften Befragungen wurden in der Studie zusammengefasst und dienen der Branche als Trendmesser.

ZAHL DER TEILNEHMER

99 Millionen Menschen nahmen 2010 an Veranstaltungen teil, im Vorjahr waren es mit 96,5 Millionen 2,6 Prozent weniger gewesen. 2010 hatte eine durchschnittliche Veranstaltung somit 45 Teilnehmer, 2009 waren es 48,3 Teilnehmer. Die Zahl der Teilnehmer je Veranstaltung nahm also leicht ab.

Die weitaus meisten Veranstaltungen, nämlich 43,3 Prozent, wurden 2010 von 16 bis 30 Personen besucht. 31,5 Prozent der Veranstaltungen hatten bis zu 15

ABBILDUNG 1: Veranstaltungen die durch Verbände, Vereine und Institutionen initiiert werden



Grafik: © Verbändereport, Quelle: ghh consult

Teilnehmer, 11,2 Prozent wurden von 31 bis 50 Personen besucht. An 4,7 Prozent der Veranstaltungen nahmen 51 bis 100 Personen teil, an 3,8 Prozent der Veranstaltungen 101 bis 250 Personen. 251 bis 500 Personen besuchten 2,7 Prozent der Veranstaltungen, 1,8 Prozent aller Veranstaltungen wurden von 501 bis 1.000 Menschen besucht.

Die Teilnehmer lassen sich in Hotel- und Kongresshallenbesucher weiter unterteilen: 30 Personen nahmen im vergangenen Jahr durchschnittlich pro Veranstaltung in einem Hotel teil, 2009 waren es 32 Personen. In den Kongresshallen nahmen 2010 im Durchschnitt 215 Personen pro Veranstaltung teil, im Vorjahr war es nur eine weniger. 5 Prozent und damit 5 Millionen Teilnehmer reisten 2010 aus dem Ausland an, 2009 waren es 4,7 Prozent gewesen.

DAUER DER VERANSTALTUNGEN

2010 dauerten die Veranstaltungen im Durchschnitt 1,72 Tage, im Vorjahr waren es 1,71 Tage gewesen. Nach wie vor dominierten kürzere Veranstaltungen den Tagungsmarkt. Eintägige Veranstaltungen machten mit 41,5 Prozent den größten Teil aus, 26,5 Prozent aller Veranstaltungen dauerten zwei Tage

ÜBER DIE STUDIE

Die Studie „Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt 2010/2011“ ist eine Untersuchung der ghh consult GmbH, Dr. Hank-Haase & Kunz, Unternehmensberatung, Tourismus, Hotellerie, Messe- und Kongressmarkt, Wiesbaden. Es handelt sich hierbei um eine Kurzstudie, die auf der vorausgegangenen Gesamtstudie aus dem Jahr 2009/2010 basiert und die jeweiligen Abweichungen aufzeigt. Die Studie soll Antworten auf die Fragen geben, wie sich die Anbieterseite darstellt (Hotel, Tagungs- und Kongresshallen sowie Universitäten und Flughäfen), in welchen Kongress- und Tagungsstätten das Geschäft stattfindet, welche Gesamteinnahmen erzielt wurden und woher die Kongressteilnehmer kommen.

und 16 Prozent waren kürzer als einen Tag. 10 Prozent dauerten drei Tage an, je 3 Prozent gingen über 4 und 5 Tage.

Die meisten Veranstaltungen fanden im Herbst und im Frühjahr statt. Spitzenmonat 2010 war der Oktober, gefolgt vom Mai und September. Die wenigsten Veranstaltungen wurden im Juli und August durchgeführt.

TAGUNGSSTÄTTEN

Knapp 11.200 Hotels, Kongresszentren, Hochschulen und Flughäfen in Deutschland boten im vergangenen Jahr zusammen rund 67.300 Veranstaltungsräume für 20 Personen und mehr

an. Die Tagungsstätten teilen sich in 10.400 Hotels, 400 Kongresszentren (inbegriffen sind Sport-, Mehrzweck- und Stadthallen sowie Kurhäuser), 340 Hochschulen und 40 Flughäfen auf. Im Vergleich zu 2009 hat sich die Zahl der Veranstaltungshäuser nur leicht erhöht: Allein die Zahl der Hotels nahm um 0,5 Prozent zu.

VERANSTALTUNGSRÄUME

75 Prozent der Veranstaltungsräume befinden sich in Hotels, nämlich knapp 50.200. 15 Prozent und damit beinahe 10.100 Räume werden von Kongresszentren gestellt. Hochschulen bieten rund



KKL Luzern, Luzern, Zentralschweiz

Switzerland Convention & Incentive Bureau. 

Meetings.

MySwitzerland.com/meetings

Sprichwörtliche Qualität, weltberühmte Hotellerie und Gastronomie sowie kurze Reisezeiten machen die Schweiz zur besten Adresse für Ihre Meetings. Sie erhalten kostenlose Beratung und Unterstützung bei der Planung vom Switzerland Convention & Incentive Bureau unter Tel. 069-25600131 oder E-Mail scib.de@switzerland.com.

DEFINITION DER UNTERSUCHTEN VERANSTALTUNGEN

ghh consult ließ in die Untersuchung Kongresse, Konferenzen, Tagungen und Weiterbildungen einfließen, unterschieden wurde in vier Typen: „Kongresse“ werden Veranstaltungen genannt, die mehr als 250 Teilnehmer haben, länger als einen Tag dauern und die aus mehreren Veranstaltungsteilen bestehen. „Konferenz“ heißen die Veranstaltungen, die von bis zu 50 Teilnehmern besucht werden, die bis zu einem Tag dauern und einteilig strukturiert sind. „Tagungen“ werden von bis zu 250 Teilnehmern besucht, dauern durchschnittlich einen Tag und setzen sich aus wenigen Veranstaltungsteilen zusammen. Zuletzt werden „Weiterbildungen“ unterschieden, auch Seminare oder Schulungen genannt, die bis zu 30 Teilnehmer aufweisen, mehrtägig angelegt sind und meist aus einem einzigen Veranstaltungsteil bestehen.

6.000 Räume (9 Prozent) und Flughäfen etwa 1.050 (1 Prozent). Hotels haben durchschnittlich 5 Veranstaltungsräume eingerichtet, Hochschulen 18 und Kongresszentren 25.

Insgesamt boten alle Tagungsräume zusammen im Jahr 2010 bei Reihenbestuhlung 3,35 Millionen Sitzplätze, 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr. 53,5 Prozent der Sitzplätze befinden sich in Hotels, 41 Prozent in Kongresshallen. In Hochschulen stehen 3,5 Prozent aller Sitzplätze zur Verfügung und in Flughäfen 2 Prozent.

TAGUNGSFLÄCHE

2010 betrug die Gesamtfläche der deutschen Veranstaltungsstätten laut ghh consult 5,2 Millionen Quadratmeter, zwei Prozent mehr als im Vorjahr. 1,7 Millionen davon entfielen auf Ausstellungsflächen, 3,5 Millionen auf Veranstaltungsräume.

Das Raumangebot für Veranstaltungen wurde 2010 im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent erweitert. 54,9 Prozent (1,92 Millionen Quadratmeter) der Veranstaltungsfläche entfielen 2010 auf Hotels, 43,7 Prozent (1,53 Millionen Quadratmeter) auf Kongresszentren und 1,4 Prozent (50.000 Quadratmeter) auf Hochschulen und Flughäfen zusammen. Während Kongresszentren mehr Flächen für Ausstellungen bieten, haben Hotels mehr Veranstaltungsfläche zur Verfügung.

Mehr als die Hälfte, nämlich 6.150 Veranstaltungsstätten (55 Prozent), haben maximal für 50 Personen Raum. 32,5 Prozent (3.630) bieten Veranstaltungsräume für 51 bis 250 Personen. Knapp 7 Prozent (770) sind auf 251 bis 500 Personen ausgerichtet und rund 6 Prozent (630) können Großveranstaltungen mit mehr als 500 Personen managen.

NACHFRAGE

Veranstalter und Teilnehmer entscheiden letztlich gemeinsam, welche Veranstaltungsstätte sie nutzen. Da der Erfolg einer Veranstaltung mit der Zufriedenheit der Teilnehmer einhergeht, werden am Ende einer Tagung häufig Fragebögen verteilt, die zur Bewertung der Inhalte und der Location aufrufen. Die Nachfrage nach einer Veranstaltungsstätte hängt somit von den Wünschen der Teilnehmer und den Anforderungen der Veranstalter ab. Die Veranstalter lassen sich wiederum in die Privatwirtschaft, in Verbände, in PCOs (Professional Congress Organizers) und kommerzielle Konferenzveranstalter unterteilen.

ZAHL DER ÜBERNACHTUNGEN

Die Anzahl der Übernachtungen von Tagungs- und Kongressreisenden stieg von 79 Millionen (2009) auf 83 Millionen (2010) an. Damit ging 2010 jede dritte

Hotelübernachtung in Deutschland auf die Veranstaltungsbranche zurück. Von 1999 bis 2008 war die Zahl der Übernachtungen durchweg gestiegen, von 65 Millionen (1999) auf 79,2 (2008). Im Jahr 2009 sank die Zahl der Übernachtungen leicht auf 79 Millionen und stieg 2010 wieder an.

UMSATZ

Der Umsatz, der durch die Veranstaltungen generiert wurde, wuchs laut ghh consult in den vergangenen Jahren mit Ausnahme von 2009 stetig an. 2010 erwirtschaftete die Branche insgesamt 64 Milliarden Euro, so das Ergebnis der Untersuchung. 2009 und 2007 waren es 61,4 Milliarden gewesen, 2008 dagegen 63,2 Milliarden. Im Vergleich: Im Jahr 1999 hatte das Umsatzvolumen noch 43 Milliarden betragen.

Ein Drittel des Umsatzes wurde in den vergangenen drei Jahren durch Verbandsveranstaltungen erwirtschaftet: 2010 und 2008 gingen somit rund 21 Milliarden auf Verbände zurück, 2009 knapp 20,5 Milliarden.

2010 brachte jede Veranstaltung im Durchschnitt 29.086 Euro Umsatz ein, das entspricht einem durchschnittlichen Umsatz von 646 Euro pro Veranstaltungsteilnehmer. 2009 war der Umsatz pro Veranstaltung mit 30.705 Euro höher gewesen, doch der Umsatz pro Person lag mit 636 Euro niedriger. ■ (AB)

WEITERE INFOS

→ www.ghh-consult.de