

13. AUSTRIAN CONGRESS AWARD im Rahmen der ACB Pressekonferenz und Herbsttagung 2009

Als Experten stehen Ihnen am Podium zur Verfügung

Christian Mutschlechner | ACB Präsident, Direktor Vienna Convention Bureau
Mag. Elisabeth Freytag | Abteilungsleiterin, Lebensministerium
Mag. Andrea Bauer | GF, vereint: Vereins- und Konferenzmanagement GmbH
Univ.-Prof. Dr. Ingrid Pabinger-Fasching | Universitätsklinik für Innere Medizin, AKH
Mag. Gerhard Stübe | GF, Bregenzer Festspiel- und Kongresshaus GmbH

Rückfragehinweis:

Dr. Christa Lausenhammer
CL Communications
Tuchlauben 11/37
A-1010 Wien
T +43(0)664 401 59 66
M christa.lausenhammer@cl-communications.at
www.cl-communications.at

Kongressbranche

Ein krisensicheres Geschäft mit Veränderungen

Wien, 18. November 2009 – Laut einer aktuellen Umfrage bei den Mitgliedern des Austrian Convention Bureaus sind die Befürchtungen bzw. negativen Auswirkungen der Finanzkrise auf die österreichische Kongressbranche nicht oder nur in sehr geringem Maße eingetroffen. Ein Drittel der befragten PCOs, Convention Bureaus, Kongress- und Konferenzhäuser sowie Kongresshotels konnten bei klassischen wissenschaftlichen Kongressen sogar um 35% zulegen. Fast 70 % verbuchten eine gleiche bis höhere Auslastung ihrer Kongresseinrichtungen.

Große Verbandskongresse lassen Kassen klingeln

Association Meetings, also wissenschaftliche Kongresse von Verbänden und Gesellschaften haben 2009 in Österreich die Kassen klingeln lassen.

Bei Association Meetings erwarten 70% der Befragten ACB Mitglieder ein gleiches bis höheres Buchungs- und Nachfragevolumen für die nächsten Jahre.

„Das klassische Kongressgeschäft“, so der Präsident des ACB Christian Mutschlechner, „läuft gut. So wie es aussieht, erreichen die Veranstalter ihre Planziffern oder überschreiten sie zum Teil. Auch für die nächsten Jahre sehe ich

hier keine Gefahr – wir haben bereits Anfragen für 2013, 2014 und 2015 – da Kongresse viele Jahre im Vorhinein abgeschlossen werden. Außerdem ist und bleibt Wissenstransfer und Networking immer ein wichtiger Aspekt – demzufolge werden Kongresse nie aussterben.“

Schnell auf Krise reagiert

Der Grund für diese positive Nachricht liegt in der schnellen Reaktion der österreichischen Kongressanbieter. So hat ein Großteil der Befragten Kundenbindungsmaßnahmen verstärkt, ihr Service verbessert und ihr Marketing bzw. ihre PR intensiviert. Preissenkungen haben nicht stattgefunden. „Man wollte“, wie einige Befragten kommentierten, „eine Preisschlacht unter den Anbietern vermeiden.“

Teilnehmerzahlen werden kleiner

Die Auswirkungen der Finanzkrise zeigen sich noch am ehesten in der Teilnehmerzahl der Kongresse. Denn sie werden kleiner. So gaben rund 40% an, dass weniger Personen an den Kongressen teilgenommen haben als geplant. Auch im Catering wird gespart. Mehr als 70 % der Befragten stellten fest, dass ein Veranstalter für Essen und Trinken seiner Teilnehmer weniger ausgegeben hat als noch vor einem Jahr.

Corporate Meetings

Bei Corporate Meetings, also Firmenveranstaltungen, ist bei der Hälfte der Befragten eine gleichbleibende bis leicht erhöhte Auslastung und bei den anderen 50% eine etwas niedrigere Auslastung im Vergleich zu 2008 festzustellen. Das Buchungs- und Nachfragevolumen für 2010 ist zwar nach wie vor etwas niedriger als in den Vorjahren, allerdings rechnet die Branche 2011 mit einer Stabilisierung bzw. einem Aufwärtstrend.

Mutschlechner dazu: „Das klassische kleine Seminargeschäft leidet darunter, dass viele Firmen bei Aus- und Weiterbildung sparen - obwohl das meiner Meinung nach genau der falsche Weg ist. In den letzten Jahren war das Geschehen am Markt teilweise schon überhitzt, jetzt schlägt das Pendel wieder in die andere Richtung. Wir leben mit dem Pendel. Ich bin mir aber sicher, dass es bald wieder leicht aufwärts geht. Erste österreichische Firmen beenden ja bereits ihre Kurzarbeit und nehmen Leihpersonal auf.“

Zukunftsaussichten: Veränderungen zeichnen sich ab

Sowohl beim klassischen wissenschaftlichen Kongress als auch bei Firmentagungen wird es zu Veränderungen kommen, sind sich alle Befragten einig. Es wird kürzer geplant, die Kongressdauer wird reduziert und ein Maximum aus der Tagungszeit herausgeholt. Wissenstransfer, Networking und die Zufriedenheit der Teilnehmer werden zukünftig einen noch wesentlicheren Faktor darstellen. „Weniger ist mehr“ sowohl im Catering als auch in der Inszenierung werden den Fokus auf Qualität verstärken. Qualität heißt auch geballter Inhalt und die Konzentration auf Schwerpunktthemen. In Webseminaren und Webmeetings sehen die Befragten keine Konkurrenz, allerdings wird es künftig schwieriger werden, Industriebetriebe für

Sponsoring eines Kongresses zu gewinnen sowie das Ausstellungsvolumen bei begleitenden Fachausstellungen halten zu können.

Kampf dem Kongress-Müllberg

Wien, 18. November 2009 – Untersuchungen des Austrian Convention Bureaus zufolge verursacht ein Kongressgast pro Tag durchschnittlich 3,5 Kilogramm Restmüll durch Abfall beim Übernachten, Essen und Trinken, 5,5 Kilogramm Papiermüll aufgrund von kongressrelevanten Unterlagen und 151 Liter Wasser für Duschen, Klospülung und Reinigung. 204 Kilogramm Co² wird bei der An- und Abreise via Flugzeug bei einer durchschnittlichen Reisedistanz von 1.000 km ausgestoßen.

Im Vergleich dazu fällt pro Tag bei einem österreichischen Einwohner durchschnittlich 0,7 Kilogramm Rest- und 0,2 Kilogramm Papiermüll an. Der Wasserverbrauch eines Österreicherers liegt im internationalen Mittelfeld mit 150 Liter pro Tag.

Hochgerechnet auf einen dreitägigen Kongress mit 1.000 Teilnehmern fallen 10,5 Tonnen Rest- und 7,5 Tonnen Papiermüll an und es werden 453.000 Liter Wasser verbraucht.

Obwohl Österreich im internationalen Vergleich im oberen Mittelfeld liegt, will das Austrian Convention Bureau gemeinsam mit dem Umweltministerium und dem Österreichischen Ökologie-Institut dem unnötigen Müllberg den Kampf ansagen.

Umweltzeichen ab Herbst 2010

Ab Herbst 2010 soll ein eigenes Umweltzeichen für Meetings und Kongresse vergeben werden. Zertifiziert werden Veranstaltungen, die nach einem bestimmten Kriterienkatalog besonders umweltfreundlich abgehalten werden und damit die Bezeichnung „Green Meetings“ verdienen. Der wesentliche Unterschied zu den bisherigen Zertifizierungen ist, dass hier ganze Veranstaltungen und nicht nur die beteiligten Betriebe ausgezeichnet werden.

ACB erster Rechtsträger

Das ACB arbeitet als Vorreiter bei der Entwicklung dieses neuen Umweltzeichens mit und möchte als erster Rechtsträger die Berechtigung erlangen, entsprechend zertifizierte Veranstaltungen zu organisieren. PCOs, Kongress- und Konferenzhäuser, Kongresshotels und Convention Bureaus werden Veranstaltungen mit dem Umweltzeichen zertifizieren können. Und zwar dann, wenn vorgegebene Mindeststandards erfüllt werden, ein Umweltkonzept vorweisen und in ihrem Angebotsrepertoire bis ins Detail durchdachte Offerte für Green Meetings vorweisen können.

access 2010 - die Leitmesse der österreichischen Kongress- und Tagungsindustrie - erste umweltzertifizierte Veranstaltung

Das Umweltministerium wird bis Frühjahr 2010 eine Checkliste für Abläufe und Kriterien erarbeiten und Mindeststandards festlegen. Ab Herbst 2010 soll dann die access 2010 – als erste Veranstaltung einer Umweltzertifizierung unterzogen

werden. Gleichzeitig möchte das Lebensministerium beispielgebend vorgehen und nur noch Green Meetings abhalten.

„Wenn wir künftig nur mehr Green Meetings abhalten, werden wir Ressourcen sparen und Kosten senken. Das kommt jedem zugute – dem Veranstalter, dem Kongressanbieter und letztendlich auch der öffentlichen Hand. Damit werden unsere Veranstaltungsorte moderner, umweltfreundlicher und konkurrenzfähiger“, meint ACB-Präsident Christian Mutschlechner abschließend.

Fachbegriffe I Definitionen

PCO (Professional Congress Organizer):

Ein PCO ist ein auf Kongressorganisation spezialisiertes Unternehmen, das von einem Veranstalter beauftragt wird.

Veranstalter

Ein Veranstalter ist der Ausführer einer Veranstaltung, entweder im eigenen Namen (gestaltet den Kongress für sich selbst oder seine Firma oder für einen Verband oder eine wissenschaftliche Vereinigung), der ihn mit der Ausführung (z.B. mit dem Funktionstitel Kongresspräsident) betreut.

Eine Agentur oder ein PCO ist der Organisator und nicht der Veranstalter.

Association Meetings

Ist ein klassischer wissenschaftlicher Kongress oder eine Tagung, bei der der Auftraggeber eine internationale oder nationale Gesellschaft, ein Interessensverband, eine Partei, etc. also eine Non-Profit Organisation ist.

Ziele: Förderung der Wissenschaft, Fortbildung, Wissenstransfer, Networking

Corporate Meetings:

Firmenveranstaltungen mit einer kleineren Teilnehmerzahl

Ziele: Kunden- und Mitarbeiterbindung

Convention Bureau

Ist eine zentrale Marketingorganisation einer Destination und repräsentiert eine Stadt, eine Region oder ein Land.

Der Hauptschwerpunkt der Arbeit eines Convention Bureaus liegt darin, den potentiellen Kongress- und Tagungskunden das Produkt der Destination zu präsentieren und zu „verkaufen“.

Association Management:

Aufbau und Erhaltung von Qualitätsstandards im Sinne der Vereins-Mission und der strategischen Ziele des Vereins.

Association Management Company:

Ein Unternehmen, das die tägliche professionelle Organisation des Vereinslebens übernimmt und somit – bei gleichzeitiger Entlastung der Funktionäre - zur Entwicklung des Vereins beiträgt.