

Mut zur Innovation oder bewahren, bis der Teilnehmer wegbleibt?

„Mögen hätt' ich schon wollen, aber dürfen hab ich mich nicht getraut!“ – die berühmte Aussage von Karl Valentin trifft wohl ein bisschen auf unsere Branche zu.



Als Herausgeberin der **tw** kommentiert die Branchenexpertin **Gabriele Schulze** regelmäßig aktuelle Entwicklungen im MICE-Bereich. Die Inhaberin von marketing4results, Berlin, ist eine gefragte Beraterin, Moderatorin und Schulungsleiterin.

E-MAIL:
schulze@tw-media.com



Mehr Partizipation wünschen sich 39% der Befragten.

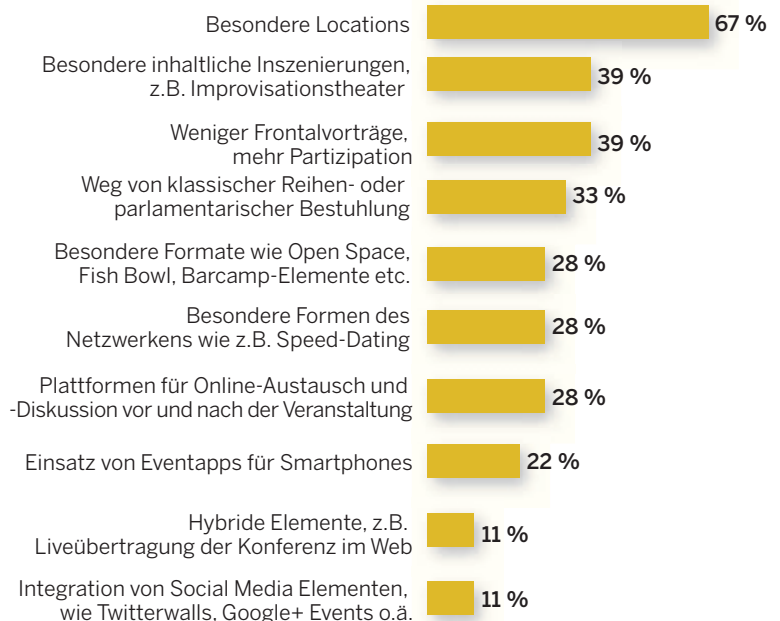
► **tw interactive** forscht unermüdlich, und die **Ergebnisse der Umfrage nach Innovation und Originalität** im Kongresssaal und Tagungsraum sprechen Bände. Digitalisierung und die technologische Entwicklung, Demografie, neue Mobilitätskonzepte, Globalisierung, Nachhaltigkeit und Feminisierung sind die wichtigsten Trends, mit denen sich auch Veranstaltungsplaner auseinandersetzen müssen. So tönt es zumindest auf der gerade über die Bühne gegangenen Mexcon (siehe S.10/11) und ist ein Resultat der Zukunftsstudie des German Convention Bureau. Auf gewichtige Trends sollten alle Branchen mit zeitgemäßen Veränderungen und Innovationen reagieren.

Aber auf die Frage, welche Konzepte originelle und innovative Veranstaltungsformate auszeichnen, lautet die häufigste Antwort „Besondere Loca-

tions“ (!!)) (67%). Immerhin 38% der Teilnehmer setzen auf Partizipation (also den Einbezug des Teilnehmerwissens) und ebenso viele auf besondere inhaltliche Inszenierungen, wie den Einsatz von Improvisationstheatern oder Ähnlichem. Neue Möblierungskonzepte ziehen nur 33% in Erwägung, besondere Formate, wie Barcamp oder Open Space noch 27% und Event-Apps halten nur 22% der Befragten für eine Chance zur Erneuerung. Wenig Freunde haben hybride Konzepte und Liveübertragung (es grüßt die Globalisierung) und der Einsatz von Social-Media-Tools wird jeweils von 11% der Befragten als nützliche Methode empfunden.

Veranstaltungserfolg scheint mit einem gewissen Risiko behaftet zu sein, und da setzt man lieber auf Bewährtes. 53% der Befragten geben an, dass

Was zeichnet nach Ihrer Meinung originelle/innovative Veranstaltungen aus?



Quelle: tw

NEUE UMFRAGETW-UMFRAGE SPONSORED BY: 

Veranstaltungsplaner stöhnen, dass es immer schwieriger wird, ausreichend Teilnehmer für Kongresse, Tagungen, Seminare, aber auch Kundenveranstaltungen, Roadshows und sogar die eigene Weihnachtsfeier zu gewinnen. **Wie geht Teilnehmermarketing?** Machen Sie mit bei unserer Umfrage auf www.tw-media.com. Unter allen Teilnehmern verlosen wir einen Gutschein für eine Übernachtung für 2 Personen im Wert von 150,00 € in einem Carlson Rezidor Hotel. Die Umfrage läuft bis zum 3. September 2014.



Das einzige runde Hotel Europas, das Radisson Blu Hotel Frankfurt, hat seinen Meeting- und Lobbybereich erweitert. Seit Juni 2014 legt das Hotel mit sieben neuen Tagungsräumen auf zusätzlichen 700m² die Messlatte für erfolgreiche Veranstaltungen in der Mainmetropole noch ein ganzes Stück höher. Topmoderne technische Ausstattung, erfrischendes Design und großzügiges Tageslicht sind Teil der erweiterten Lobby und des neuen Multifunktionsraums im Erdgeschoss. Ein idealer Rahmen für Konferenzen, Galadinner, Vorstandssitzungen oder zukunftsweisende Veranstaltungen.

 **WEB:** www.radissonblu.de/hotel-frankfurt

sie gerne bei ihren Veranstaltungen Neues ausprobieren würden, aber auf großen Widerstand bei den Verantwortlichen bzw. den Teilnehmern stoßen. Gleichzeitig sind aber 76 % der Umfrageteilnehmer der Überzeugung, dass sich Veranstaltungen verändern müssen, weil die Einbahnstraßenkommunikation der Frontalvorträge von den Teilnehmern abgelehnt werden und mehr Interaktion gefordert ist. Neben der Ablehnung durch Entscheider wird auch Zeit- und Geldmangel als Grund genannt,

warum das neue Konzept allzu oft auf der Strecke bleibt.

Teilnehmer werden anspruchsvoller, Mitreden wird täglich im Social Web geübt und gleichzeitig steigt der Wettbewerb – immer mehr Veranstaltungen buhlen um die Gunst der Teilnehmer. Lassen wir es also nicht zu, dass auf unseren Gräbern Folgendes zu lesen ist: „Er oder sie hätte viele große Dinge getan, wenn der Chef oder die Chefin es zugelassen hätten.“ **GABRIELE SCHULZE**

I didn't dare allow myself!

"I actually would have wanted to, but I didn't dare allow myself!" is approximately a proper translation of Bavarian satirist Karl Valentin's witticism and unfortunately an attitude at least partially applicable to our industry. **tw** interactive is untiringly engaged in research, and the results of the survey on innovation and originality in congress halls and meeting rooms speak volumes. Digitalization and technological development, demographics, new concepts of mobility, globalization, sustainability, and feminization are currently the most significant trends event planners also need to concern themselves with. That was at least to be

heard at the recent Mexcon (p.10/11), and it is also the bottom line of a study on the future conducted by the German Convention Bureau. All branches and industries should react to such essential trends by implementing adequate changes and innovations. Delegates make high demands, voicing opinions is common usage in social webs, and competition is growing stiffer – there is an ever-increasing number of events courting participants' favor and time. So let us then do everything to make sure our obituary doesn't read: "Oh, he would have accomplished great things, if his boss had only let him."