

Redefining Event Attendance - Motivations and Travel Patterns in a Hybrid World

Forschungsthema 2022

● Projektskizze

 **Fraunhofer**
IAO

GCB
Meetings made in Germany
● ● ● German Convention Bureau

VORWORT

„Future Meeting Space“

Business Events sind nicht nur Plattformen für den Wissensaustausch, sondern spiegeln stets auch gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen wider. Zentrales Ziel des Forschungsprojekts Future Meeting Space ist es daher seit seinem Start in 2015, eine Vision dafür zu entwickeln, wie sich Menschen in Zukunft treffen werden.

Im neuen Ökosystem von Business Events, das von digitalen und hybriden Formaten ebenso geprägt ist wie von der Sehnsucht nach authentischen Orten, emotionalen Erlebnissen und nachhaltigen Konzepten, verschieben sich auch die Beweggründe der Menschen, wenn sie sich für oder gegen die physische Teilnahme an Veranstaltungen entscheiden.

Diese Re-Fokussierung wird das GCB German Convention Bureau e.V. gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation im Forschungsprojekt Future Meeting Space 2022 untersuchen.



MATTHIAS
SCHULTZE,
GCB

VORWORT

„Future Meeting Space“

Die Corona-Krise wirkte wie ein Katalysator auf viele Bereiche unserer Lebens- und Arbeitswelt, hat diese nachhaltig geprägt und tiefgreifend verändert. Daraus ergeben sich neue, zentrale Fragestellungen für das Ökosystem der Veranstaltungen.

In Zukunft ist wieder von einer stärkeren geschäftlichen Mobilität auszugehen, jedoch werden Reisen im geschäftlichen Kontext wesentlich bewusster angestrebt. Der Fokus liegt dabei noch stärker auf den Kunden- und Teilnehmerbedürfnissen sowie deren Motivatoren eine Tagung, einen Kongress oder ein Business-Event physisch zu erleben.

Es daher in Zukunft essenziell für die Veranstaltungsbranche, zwischen unterschiedlichen Reisetypologien zu unterscheiden, Zielgruppen zu identifizieren und stärker zu differenzieren, um letztendlich passgenaue Angebote abzuleiten und neue Geschäftsmodelle entwickeln zu können.



DR. STEFAN
RIEF

Fraunhofer IAO

Ausgangssituation



Ausgangssituation

- Die Veranstaltungsbranche steht vor enormen Veränderungen - vielfältige Einflussfaktoren prägen das Ökosystem von Business Events.
- Aktuelle Studien befassen sich mit der zukünftigen Auslastung von Locations, Hotels, dem Besuch von Destinationen und dem Buchungsaufkommen von Mobilitätsanbietern.
- Deutlich wird, dass Menschen auch in Zukunft wieder vermehrt reisen werden und persönliche Treffen anstreben. Sie werden diese Anlässe jedoch bewusster auswählen als vor der Pandemie.
- Neben der Erkenntnis, dass persönliche Treffen auch weiterhin die zentrale Motivation für Reisen sind, gibt es bis dato jedoch kaum aktuelle Untersuchungen, welche genauen Gründe und Anlässe es für physische Treffen künftig geben wird.
- Für das Ökosystem der Veranstaltungsbranche stellt sich daher die Frage: Aus welchem Grund werden sich Teilnehmende für physische Tagungen, Kongressen und Business Events entscheiden?



Zielsetzung

Zielsetzung - Fragestellungen

1. Untersuchung warum, in welcher Form und wie oft Menschen zukünftig an physischen Veranstaltungen teilnehmen werden und welchen Mehrwert sie dadurch gewinnen.
2. Ableitung von unterschiedlichen Reisetypologien/Charakterisierungen und deren Aktionsradius bei geschäftlicher Mobilität sowie Untersuchung unterschiedlicher Travel Patterns und Identifikation passgenauer Zielgruppen und Angebote.
3. Beschreibung von Handlungsempfehlungen für unterschiedliche Stakeholdergruppen



Vorgehen

- Identifikation von White Spots/Blind Spots: Sichtung der aktuellen Studienlage und Erstellung von bis zu 15 relevanten Steckbriefen mit jeweiligen Kernaussagen
- Definition eines Basis-Befragungssets (Soziodemographie, Charakterisierung/Typologisierung)
- Bis zu drei kurz-zyklische empirische Befragungen (eine je Forschungsthema):
 - Gemeinsame Definition des Erkenntnisinteresses/Schärfung der Forschungsfrage im Forschungspartnerkreis und unter Einbezug von Fokusgruppen
 - Entwicklung eines geeigneten Fragensets für eine empirische Kurz-Befragung mit den für die Forschungspartner relevanten Themenbereichen
 - Abstimmung im Forschungspartnerkreis

The background of the slide is a photograph of three business travelers in an airport terminal. On the left, a woman in a dark blazer and skirt is walking with a black suitcase. In the center, a man in a suit is smiling and walking with a silver suitcase. On the right, a woman in a light-colored coat is walking with a large tan bag. The scene is overlaid with a large, semi-transparent teal circle and a horizontal teal bar containing the title text.

Geplante Forschungsthemen

Anlässe und Typologisierung

- Untersuchung von Anlässen, Motiven und Gründen für zukünftige Veranstaltungsbesuche
- Charakterisierung/Typologisierung unterschiedlicher Reisender und Veranstaltungsbesucher*innen

Reisen zur Personalbindung

- Untersuchung von Reisen und der Teilnahme an Tagungen und Kongressen als Personalbindungs- und -gewinnungsmaßnahmen
- Betrachtung von Reisen und Veranstaltungsteilnahmen zur Inspiration und als Innovationstreiber

Destinationsversprechen

- Ableitung des Destinations- und Erlebnisversprechens für unterschiedliche Reisetypologien
- Definition von Travel Patterns und Ableitung der entsprechenden Symbiose vor Ort/des Packages

Wildcard



Anpassung oder Identifikation weiterer relevanter
Themen gemeinsam mit den Forschungspartnern
möglich

Querschnittsthemen

Priorisierung und/oder Berücksichtigung von Veränderungsperspektiven wie Nachhaltigkeit und Digitalisierung als Querschnittsthemen auf die Travepatterns/Reisetypologien sowie einer möglichen Ableitung für zukünftige Entwicklungen.

Output des Forschungsvorhabens



Output und Leistungen

- Zusammenfassung aktueller Studien als Steckbriefe
- Zwischenergebnisse der Befragungen in Form von Powerpoint-Präsentationen
- Eine Veröffentlichung (Studie oder Paper) pro Thema

Beteiligung

- Laufzeit: Januar 2022 bis Dezember 2022
- Ein Forschungstreffen* pro Forschungsthema inkl. Workshop und Best-Practice-Besuchen
 - ggf. mit externen Referent*innen
- Regelmäßige virtuelle Update-Meetings mit der Forschungsgruppe
 - z.B. zum Kick-off und zur Präsentation von Zwischenergebnissen
- Aktive Beteiligung erwünscht:
 - Einbringen des spezifisches Branchen-Know-Hows
 - Feedback zu Fragestellungen
 - Identifikation von Expert*innen bzw. Teilnehmer*innen für Umfragen, Fokusgruppen etc.

* je nach Pandemie-Situation

Ihr Benefit neben den Forschungsergebnissen

- Mitgestaltung des Forschungsprozesses
- Vernetzung mit Partnern einer multidisziplinären Forschungsallianz
- Zugriff auf Berichte vor der Veröffentlichung sowie exklusive Studienergebnisse
- Nutzung der Forschungskompetenz des Fraunhofer IAO sowie der Expertise im Veranstaltungsmarkt des GCB German Convention Bureau e.V.
- Kommunikation und Positionierung als zukunftsorientierter, innovativer Akteur sowohl intern als auch in den nationalen und internationalen Medien

Das Forschungsprojekt richtet sich an alle Akteure, die...

- diese Forschungsergebnisse zur Entwicklung ihrer Produkte, Dienstleistungen und Organisationen nutzen wollen.
- ein starkes Interesse daran haben, ihre Organisation zu erneuern und weiterzuentwickeln.
- ihre Position auf dem Markt sichern und ausbauen wollen.

...insbesondere an:

- Destinationen (Städte, Regionen, Bundesländer, Marketingverbände)
- Dienstleister rund um Veranstaltungen (Agenturen, Technikanbieter...)
- Klassische Location-Betreiber (Kongresszentren, Hotels, Eventflächen)
- Anbieter von Gewerbe- und öffentlichen Flächen
- Veranstalter (Unternehmen, Verbände, Eigenveranstalter)

Forschungsbeitrag pro Partner für die gesamte Laufzeit:

20.000 Euro / 25.000 Euro* (zzgl. MwSt.)

Dieses Angebot kommt ab sieben Forschungspartnern zustande und beinhaltet die Bearbeitung einer Forschungsfrage. Ab neun Forschungspartnern können zwei Themen behandelt werden. Drei Themen können ab 12 Partnern umgesetzt werden.

* Preis für Nicht-GCB-Mitglieder

Kontakt

Projektorganisation & Management

GCB German Convention Bureau e. V.

Taunusanlage 8, 60329 Frankfurt,

www.gcb.de

Ihre Ansprechpartner*innen:

Matthias Schultze, Managing Director, schultze@gcb.de

Birgit Pacher, Manager Research & Development, pacher@gcb.de

Projektkonzeption & Durchführung

Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO,

Nobelstrasse 12,

70569 Stuttgart www.iao.fraunhofer.de

Dr. Stefan Rief, Institutsdirektor, Leiter Forschungsbereich

Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung,

stefan.rief@iao.fraunhofer.de

Tilman Naujoks, Projektleiter, tilman.naujoks@iao.fraunhofer.de

Katharina Dienes, Projektleiterin, katharina.dienes@iao.fraunhofer.de



EIN PROJEKT VON



 **Fraunhofer**
IAO

GCB
Meetings made in Germany
German Commission Berlin