

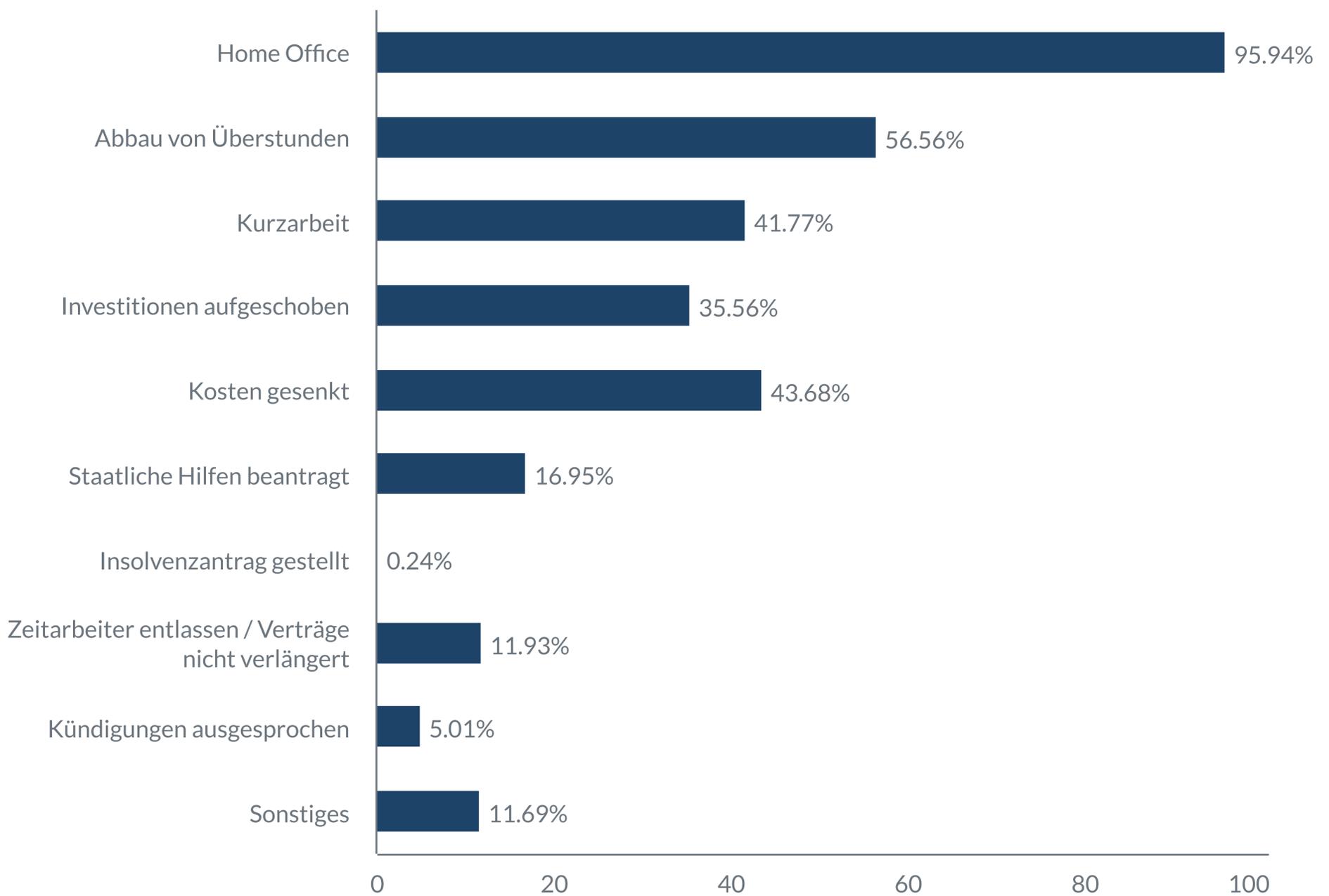


Umfrageergebnisse

/Folgen der Corona-Krise für Messen und Konferenzen

/Betroffenheit

Welche Maßnahmen hat Ihr Unternehmen bisher ergriffen?

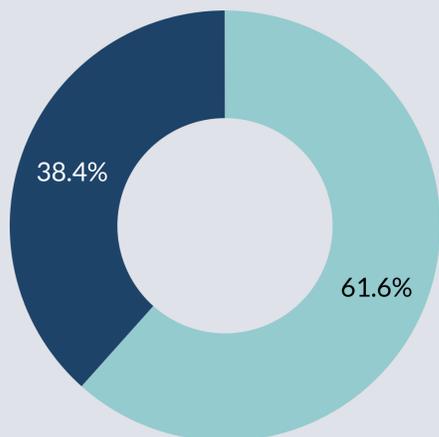


Schlussfolgerungen

- Sehr viele Firmen sind in der Lage, die Tätigkeiten ins Home Office zu verlagern, d. h. sie sind auch arbeitsfähig in der Krise.
- Viele Unternehmen machen von staatlichen Hilfen (Kurzarbeit) Gebrauch.
- Noch mussten so gut wie keine Insolvenzen angemeldet werden.
- Aber die Einzelschicksale sind trotzdem bereits hart (Kündigungen, auslaufende Zeitarbeitsverträge).

/Umgang mit Veranstaltungen

Gibt es eine allgemeine Richtlinie in Ihrem Unternehmen, wie mit Veranstaltungen umzugehen ist?



62%

der implementierten Richtlinien sind allgemein gültig und nehmen keine Differenzierung vor.

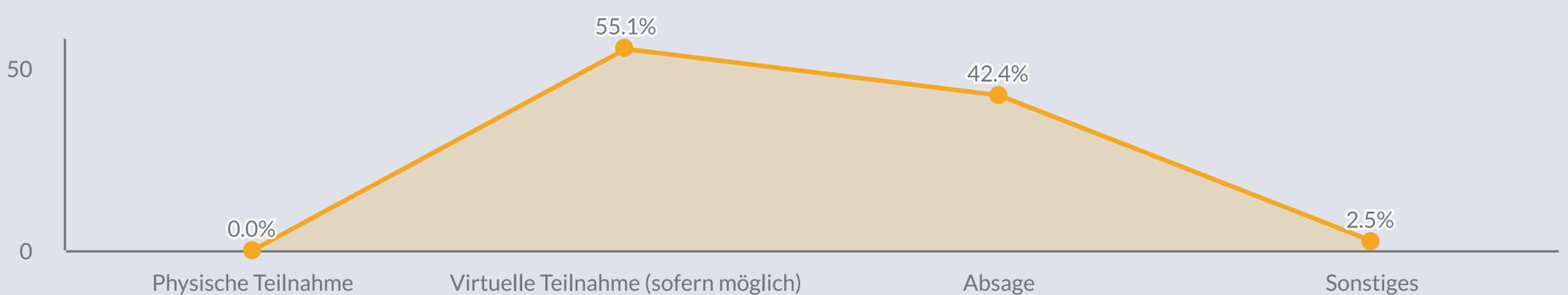
- Ja, es gibt eine allgemeine verbindliche Richtlinie (61.6%)
- Nein, es wird im Einzelfall entschieden (38.4%)

Bei Unternehmen, die eine allgemeine Richtlinie implementiert haben, ergeben sich für Veranstaltungen folgende Konsequenzen

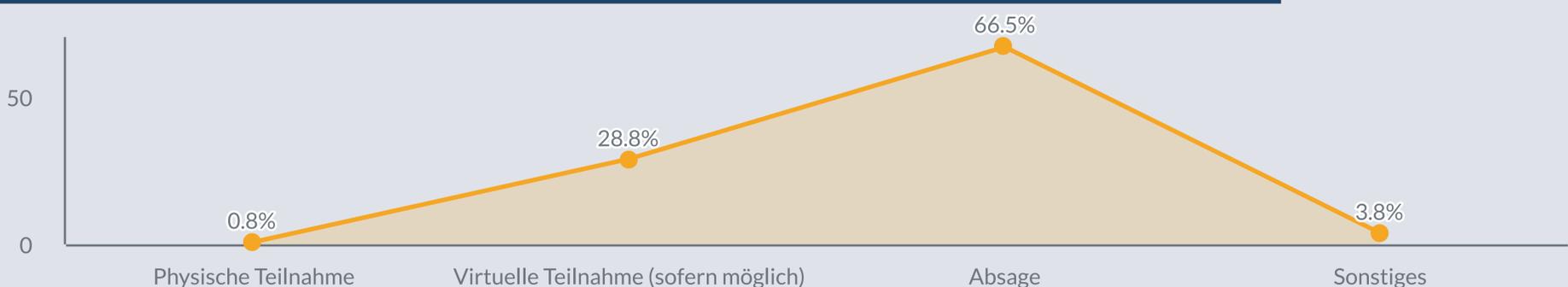
Konsequenzen der Richtlinie für interne Veranstaltungen



Konsequenzen der Richtlinie für externe Veranstaltungen mit weniger als 1000 Teilnehmern

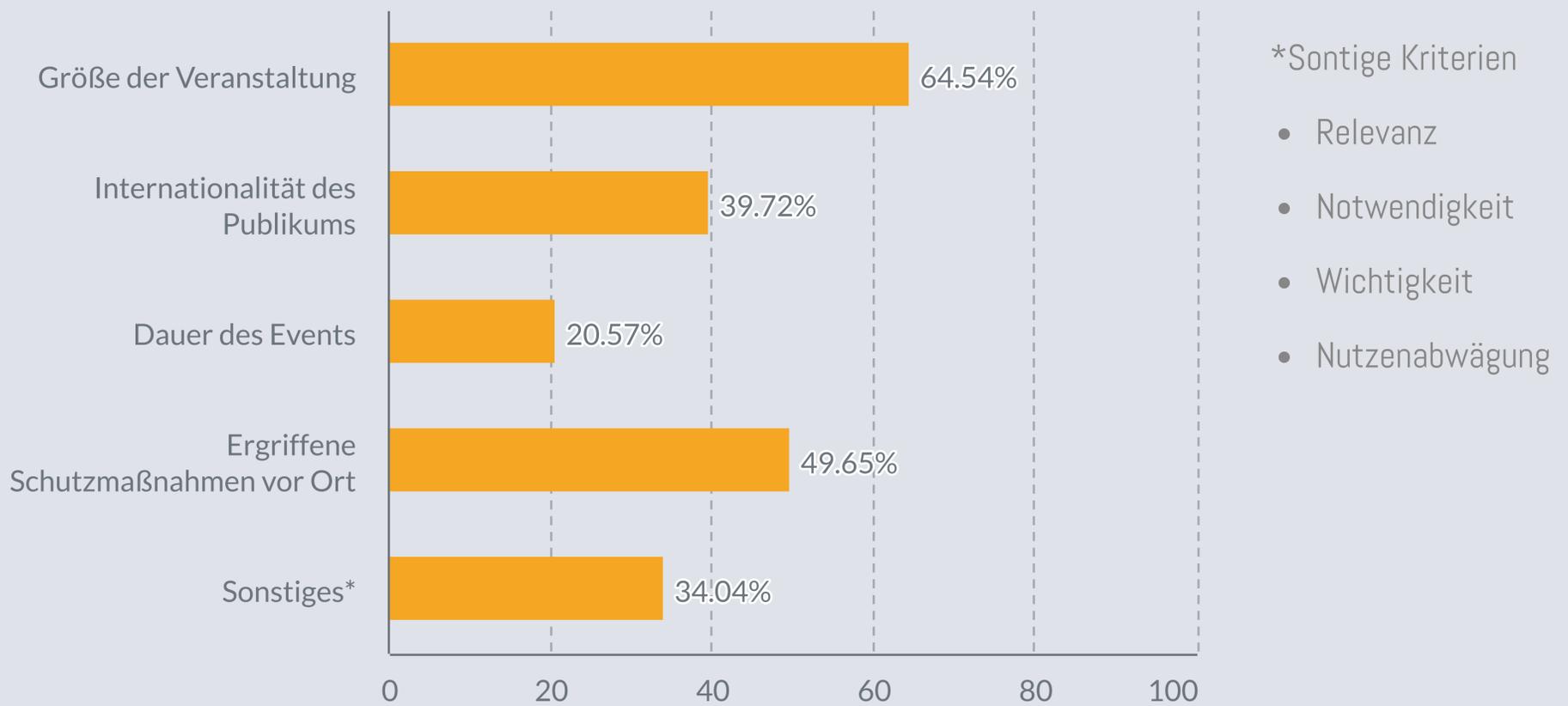


Konsequenzen der Richtlinie für externe Veranstaltungen mit mehr als 1000 Teilnehmern

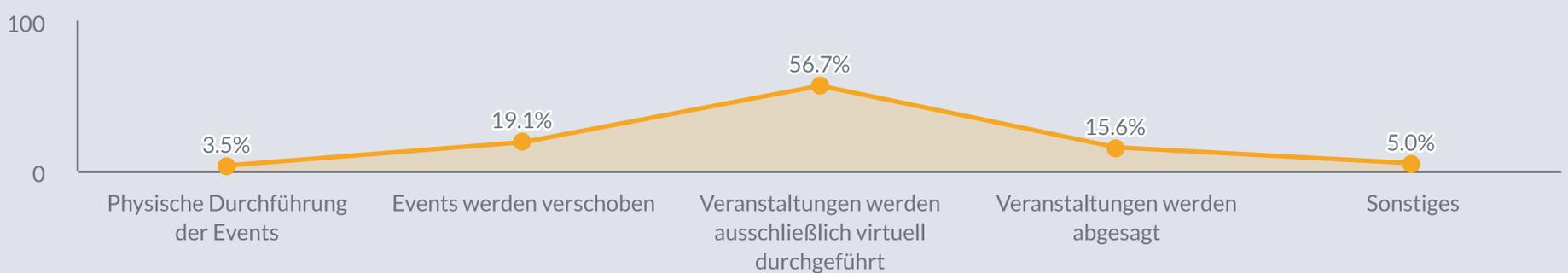


Wenn in den Unternehmen keine allgemeine Richtlinie implementiert ist (38% der Befragten) wird wie folgt entschieden:

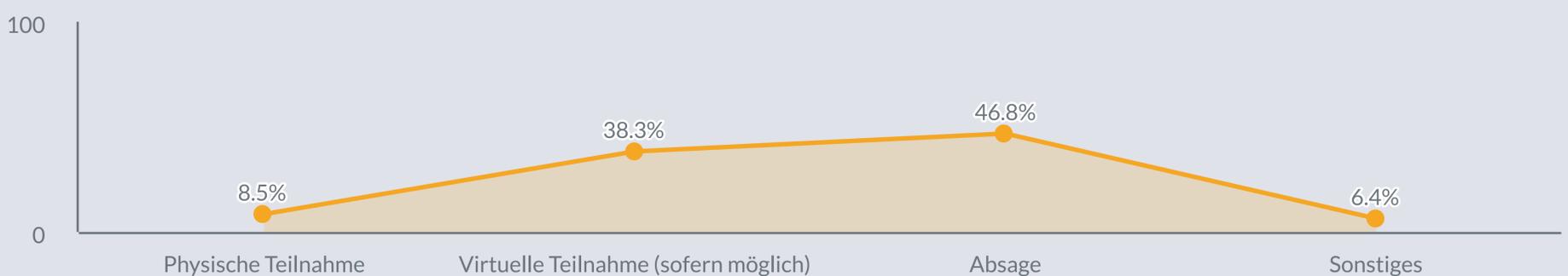
Wichtigste Kriterien für die Bewertung von Veranstaltungsteilnahmen



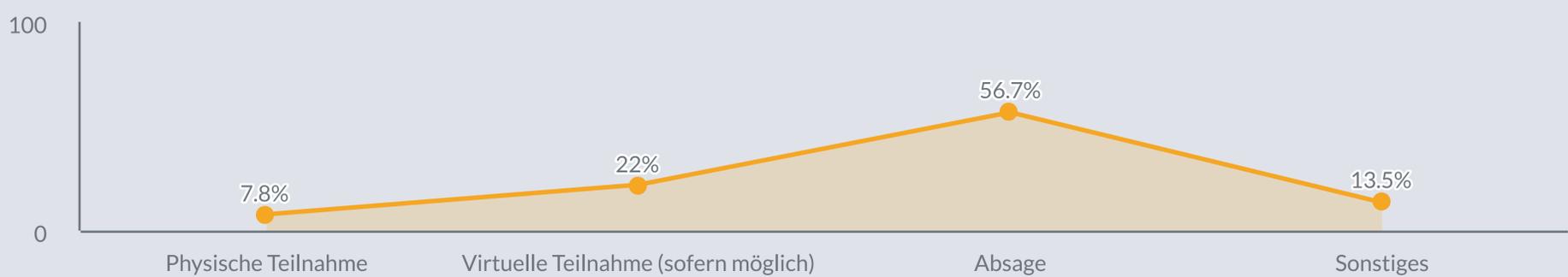
Konsequenzen der fehlenden Richtlinie für interne Veranstaltungen



Konsequenzen der fehlenden Richtlinie für externe Veranstaltungen mit weniger als 1000 Teilnehmern



Konsequenzen der fehlenden Richtlinie für externe Veranstaltungen mit mehr als 1000 Teilnehmern



So verhalten sich Unternehmen im Hinblick auf Veranstaltungen

- Viele Unternehmen haben eine allgemeine Richtlinie, die meistens dem Lockdown gleichkommt, d. h. wenig differenziert ist. Das ist vergleichbar mit den Maßnahmen auf politischer Ebene.
- Für Unternehmen, die im Einzelfall entscheiden, und für Unternehmen, die eine differenzierte Richtlinie für den Umgang mit Veranstaltungen haben, sind die Größe der Veranstaltung sowie die ergriffenen Schutzmaßnahmen wichtig. Auch die Internationalität des Publikums spielt eine große Rolle.
- Bei Unternehmen, die keine allgemeine Richtlinie haben und Einzelfallentscheidungen treffen, ist der Nutzen der Veranstaltung bedeutsam. Qualitativ hochwertige Veranstaltungen sind im Vorteil. Es ist daher denkbar, dass die Krise zu einer Marktbereinigung führt.
- Diejenigen Unternehmen, die keine allgemeine Richtlinie für den Umgang mit Veranstaltungen haben, sind tendenziell weniger restriktiv. Doch auch sie besuchen aktuell nur ca. 8% der geplanten Veranstaltungen.
- Unabhängig davon, ob in den Unternehmen eine allgemeine Richtlinie für den Umgang mit Veranstaltungen existiert oder die Veranstaltungen im Einzelfall bewertet werden, sind die Konsequenzen sehr ähnlich. Intern wird der Großteil der Events virtuell durchgeführt. Extern werden kleinere Veranstaltungen entweder virtuell durchgeführt oder abgesagt. Größere externe Veranstaltungen werden seltener virtuell durchgeführt und meistens abgesagt.



/Virtuelle Veranstaltungen

52%
DES NUTZENS

einer physischen Konferenz lassen sich virtuell abbilden

35%
DES NUTZENS

einer physischen Messe lassen sich virtuell abbilden

Diejenigen, die an einer virtuellen Veranstaltung bereits teilgenommen haben, sind der Ansicht, dass sich 56% des Nutzens einer physischen Konferenz und 38% des Nutzens einer physischen Messe virtuell übertragen lassen. Die Befragten ohne Erfahrung mit virtuellen Veranstaltungen (63 %) bewerten dies mit 34% (Konferenz) und 50% (Messe) fast identisch.

Vorteile virtueller Veranstaltungen

- Kostenersparnis
- Zeitersparnis
- keine An- und Abreisen
- weniger Übernachtungen

Nachteile virtuelle Veranstaltungen

- kein Networking
- kein persönlicher Austausch
- keine Gespräche
- fehlende Möglichkeiten zum Netzwerken

37%

der Befragten haben Erfahrung mit virtuellen Veranstaltungen

Schlussfolgerungen

- Die Erfahrung mit virtuellen Veranstaltungen ist noch überschaubar.
- Diejenigen mit virtueller Veranstaltungserfahrung nehmen den übertragbaren Nutzen (physisch auf virtuell) nur minimal besser wahr als diejenigen, die noch nicht an einer virtuellen Veranstaltung teilgenommen haben.
- Das bedeutet, dass virtuelle Veranstaltungen also das leisten, was die Teilnehmer erwarten. Sie sind also weder enttäuscht noch begeistert nach dem Besuch einer virtuellen Veranstaltung.
- Die Tatsache, dass sich nur 35% (für Messen) bzw. 52% (für Konferenzen) des Nutzens von einer physischen Veranstaltung auf eine virtuelle übertragen lässt, zeigt, dass virtuelle Veranstaltungen keine disruptive Entwicklung für die Branche sind.
- Vielmehr wird es auch nach der Krise einen Bedarf an physischen Konferenzen geben, weil sich nur ein Teil des Nutzens virtuell abbilden lässt. Insbesondere der persönliche Austausch und das Networking bleiben auf der Strecke.
- Positiv an virtuellen Veranstaltungen ist, dass sie wesentlich günstiger bzw. effizienter sind.

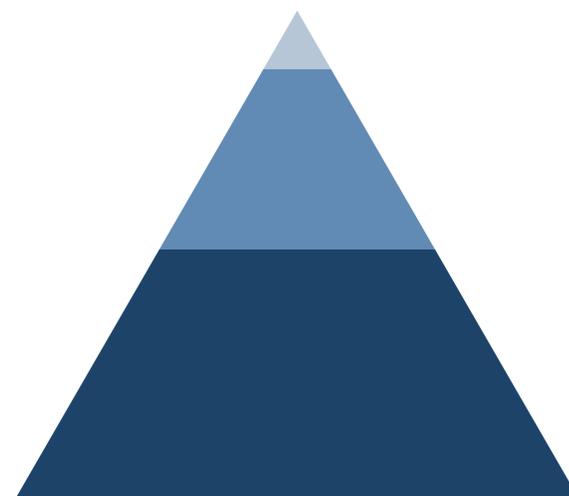


/Wie würden die Kunden entscheiden?

Falls die Durchführung der Konferenz durch eine Behörde gestattet wird, würde ich...

Kundenpräferenzen

- Die Befragten sind zwiegespalten: Die knappe Mehrheit (51%) vertraut auf die Einschätzung der Behörden und die Maßnahmen der Veranstalter und würde wie geplant teilnehmen. Die andere Hälfte (49%) würde fernbleiben.
- Ein Großteil (37%) würde aber immerhin virtuell teilnehmen.
- Das bedeutet: Wenn ein Veranstalter das Event wie geplant durchführt und gleichzeitig ein virtuelles Angebot anbietet, besteht die Chance 88% seiner Kunden zu bedienen.

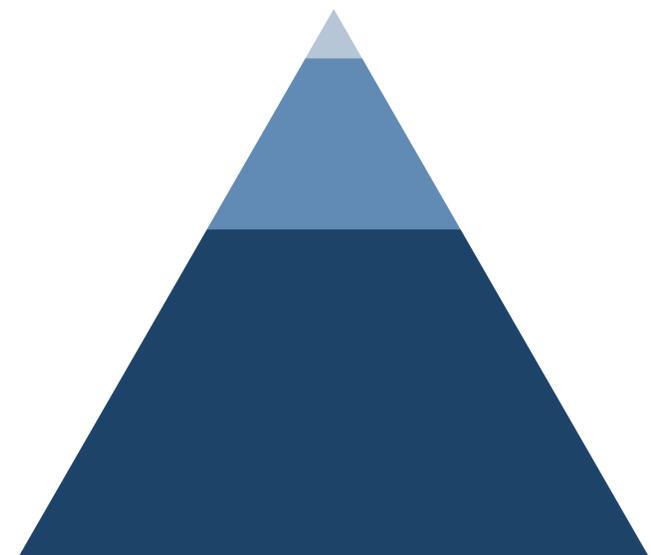


- physisch teilnehmen (51%)
- virtuell teilnehmen (37%)
- nicht teilnehmen (12%)

Falls die Konferenz nicht wie geplant stattfinden kann, würde ich mir wünschen, dass sie...

Kundenpräferenzen

- Falls eine Konferenz nicht wie geplant stattfinden kann, ist eine Verschiebung um einige Monate aus Kundensicht die beste Option.
- Ein Grund dafür ist, dass der Nutzen einer virtuellen Konferenz nur halb so groß ist wie der einer physischen (s. o.).
- Die überwiegende Mehrheit (91%) möchte keinen Komplettausfall, sondern wenigstens eine (virtuelle) Notlösung.



- verschoben wird (60%)
- virtuell stattfindet (31%)
- ausfällt (9%)

Im Fall einer unausweichlichen Konferenzabsage

Kundenpräferenzen

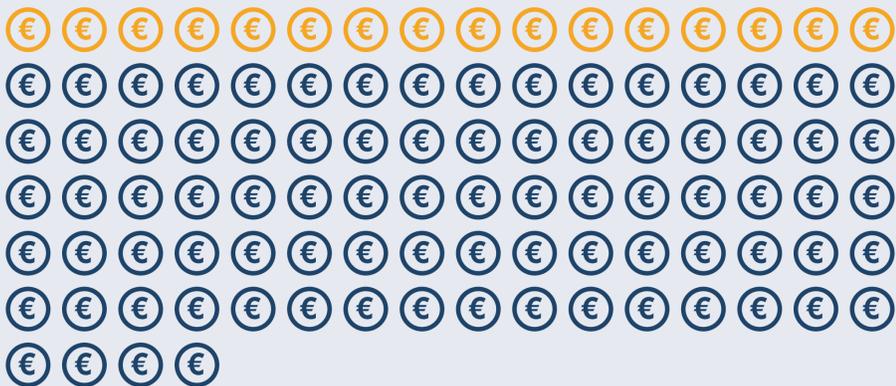
- Im Fall einer unausweichlichen Absage wünschen sich 65% zumindest einen virtuellen Ersatz.
- Allerdings müssen Veranstalter dennoch mit deutlich weniger Teilnehmern rechnen (-35%).
- Das bedeutet, es gibt 35% virtuelle Verweigerer, die lieber gar nicht kommen als virtuell teilzunehmen.

35%

Virtuelle Verweigerer

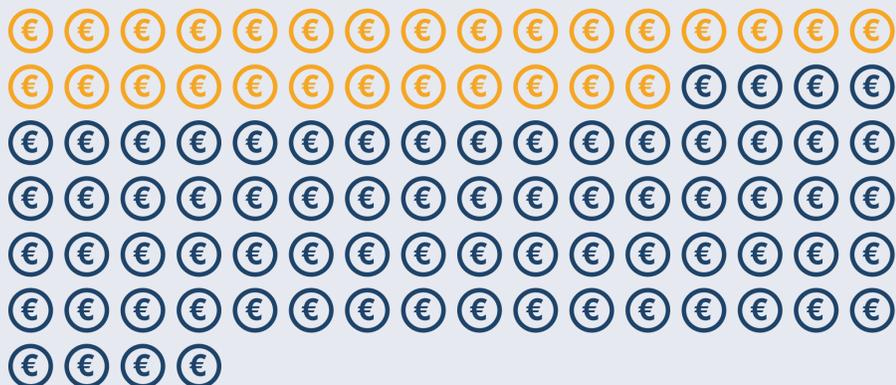
Nehmen virtuell auch dann nicht teil wenn das Event ausfallen muss.

/Zahlungsbereitschaft für virtuelle Konferenzen



1.209,- EUR

...wären die Kunden bereit für einen virtuellen Ausstellungsstand zu zahlen, der sonst 7.500 EUR kosten würde. Das entspricht auf einer physischen Konferenz ca. 16%.



415,- EUR

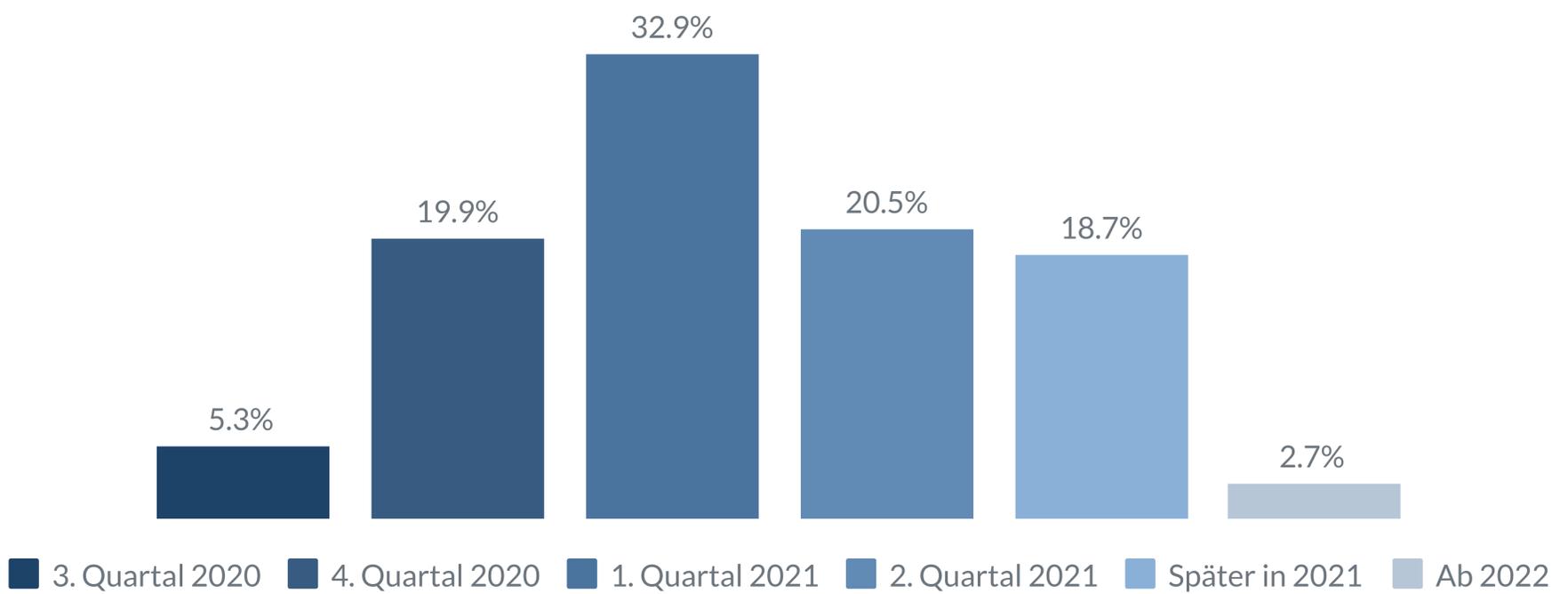
...wären die Kunden bereit für ein virtuelles Teilnahmeticket zu zahlen, der sonst 1.500 EUR kosten würde. Das entspricht auf einer physischen Konferenz ca. 28%.

Schlussfolgerungen

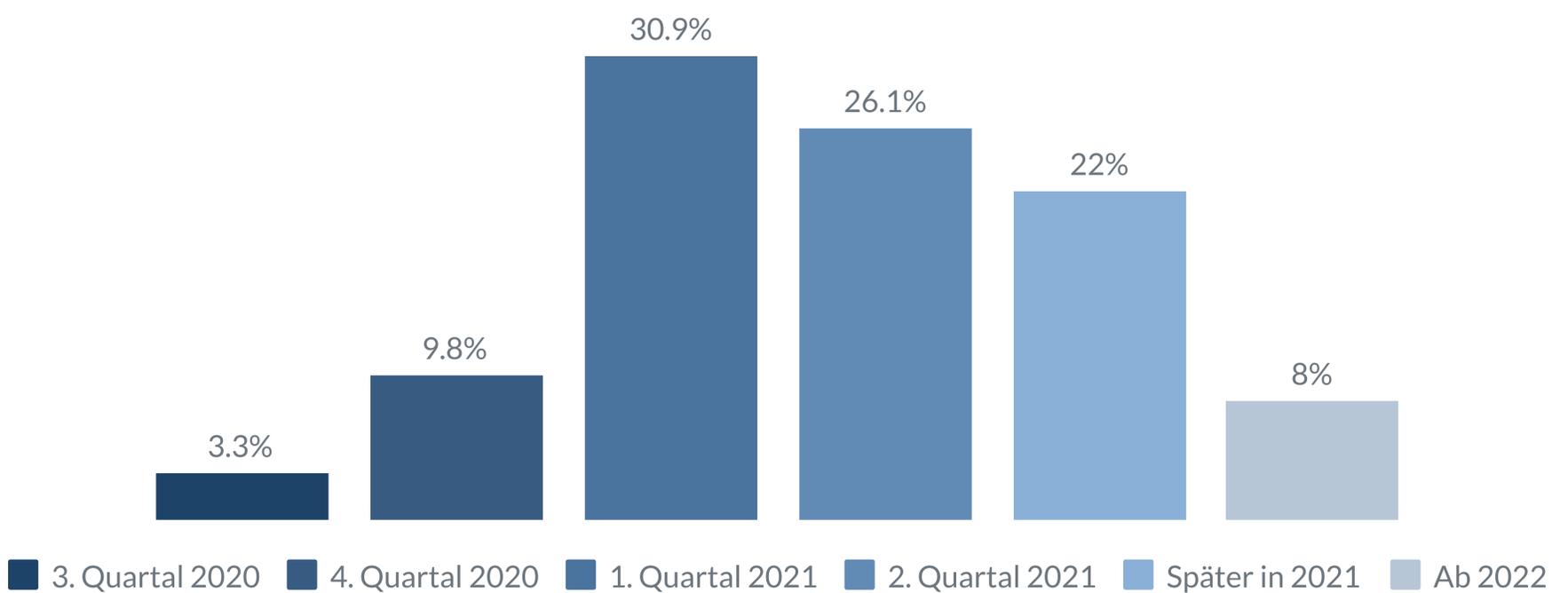
- Die Zahlungsbereitschaft für virtuelle Veranstaltungen ist im Verhältnis zum Nutzen gering. Während virtuelle Konferenzen ca. 53% des Nutzens einer physischen Konferenz aufweisen, liegt die Zahlungsbereitschaft nur bei 28% für ein virtuelles Ticket gemessen an dem Preis eines physischen Konferenztickets.
- Gleiches gilt für Messen: Während virtuelle Messen 34% des Nutzens einer physischen Messe abbilden können, liegt die Zahlungsbereitschaft nur bei etwa 16% für einen virtuellen Ausstellungsstand.
- Das bedeutet, dass virtuelle Messen nur ein Notgroschen für die Veranstalter sein können, weil sich mit ihnen keine Deckungsbeiträge realisieren lassen, die denen physischer Veranstaltungen nahekommen.
- Für Konferenzen gilt das grundsätzlich ebenfalls, aber in etwas abgeschwächter Form.

/Rückkehr zur Normalität

Wann können Konferenzen wieder ohne Auflagen durchgeführt werden?

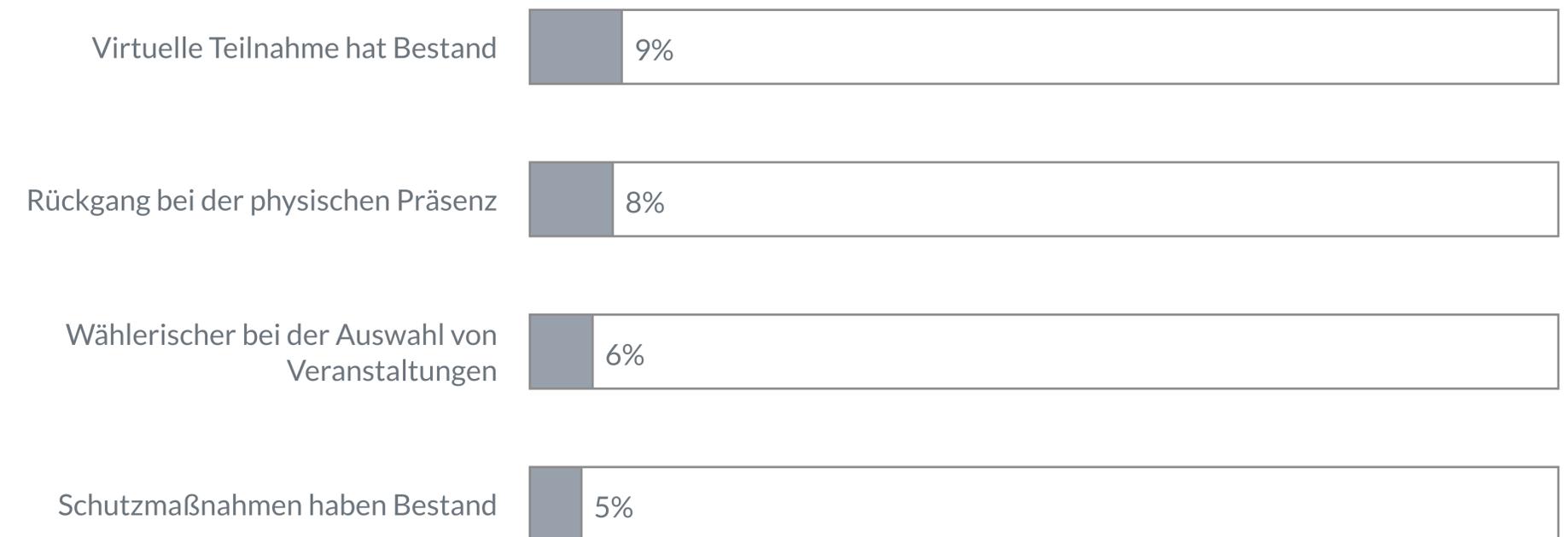


Wann können Messen wieder ohne Auflagen durchgeführt werden?

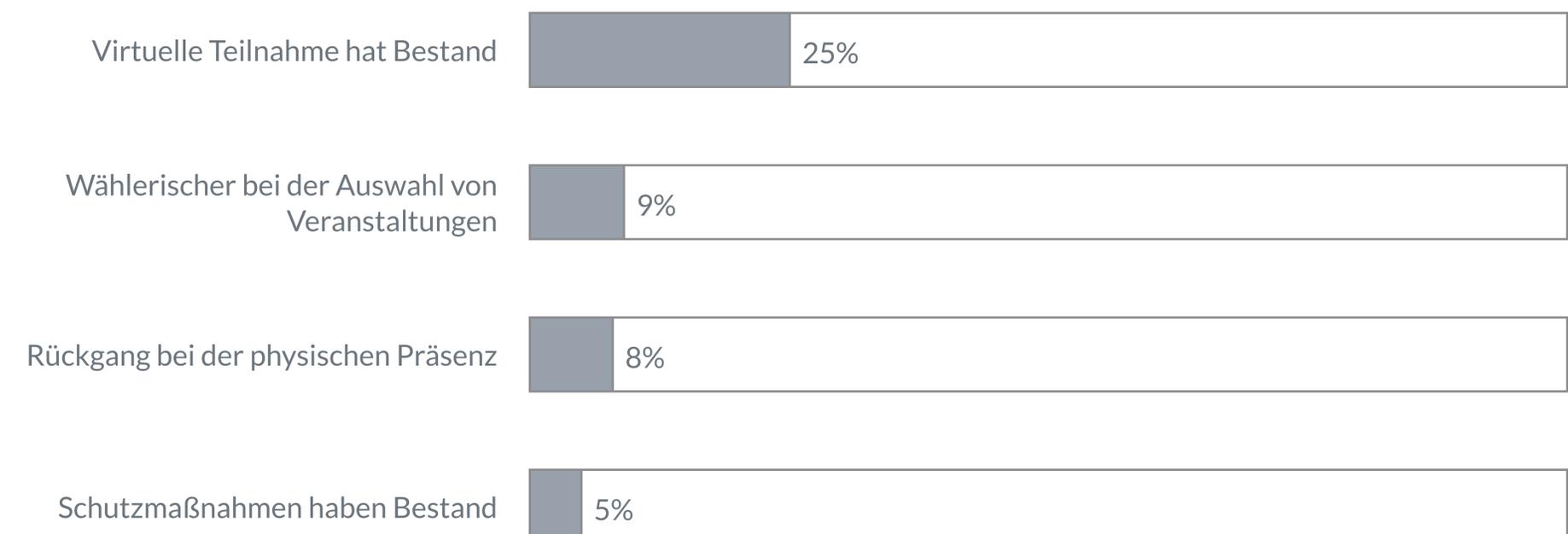




Diese nachhaltigen Veränderungen erwarten die Befragten für Messen



Diese nachhaltigen Veränderungen erwarten die Befragten für Konferenzen



Schlussfolgerungen

- Je größer das Event, desto länger dauert die Rückkehr zur Normalität.
- Im Hinblick auf Konferenzen sind 75% der Befragten der Ansicht, dass sich die Lage im 1. Halbjahr 2021 normalisiert hat. Für Messen sind die Befragten skeptischer, hier sind nur 66% der Meinung, dass sich die Lage dann wieder normalisiert hat.
- Für Konferenzen erwarten die Studienteilnehmer tendenziell mehr nachhaltige Veränderungen, weil der Nutzen sich hier leichter ins Virtuelle übertragen lässt.
- Diese Veränderungen müssen aber nicht zum Nachteil für die Veranstalter sein, denn 25% glauben, dass virtuelle Veranstaltungen eine Koexistenz mit physischen führen werden.
- Das zeigt, dass sich kein Veranstalter vor der Digitalisierung fürchten muss, denn virtuelle Events werden insbesondere bei qualitativ hochwertigen Veranstaltungen komplementär zu physischen sein, diese aber nicht ersetzen.
- Vermutlich wirkt die Pandemie daher auch in der Veranstaltungsbranche wie ein Katalysator für die Digitalisierung, indem Entwicklungen schneller vollzogen werden, die jedoch ohnehin unvermeidbar gewesen sind.



/Autoren und Stichprobe



Prof. Dr. Johannes Walther
Vorsitzender des Vorstands



Daniel Wäldchen
Mitglied des Vorstands

Die Umfrage wurde im April und Mai 2020 durchgeführt. Teilnehmer waren n=457 deutschsprachige Kunden der IPM AG.



IPM AG
Schiffgraben 42
30175 Hannover