

MICE-Report 2023: Herausforderungen verlangen nach neuen digitalen Ansätzen in der Event-Planung

- Team Events und Präsenzveranstaltungen sind nach der Pandemie und dem Trend zur Remote-Arbeit so bedeutsam wie nie
- Event-Planer:innen müssen sich 2023 auf Preissteigerungen von bis zu 40 Prozent und mehr einstellen
- Bildung eines Verkäufermarktes: Nachfrage nach Events übertrifft das Angebot an Verfügbarkeiten

Hamburg, 09.03.2023 – Nie war die MICE- und Event-Branche so vielen Herausforderungen ausgesetzt wie heute: Der resultierende Personalmangel aus der Corona-Pandemie auf der einen Seite, die Inflation und erhöhte Energiekosten auf der anderen. Der große MICE-Report 2023 von Event Inc, Europas größte digitale Plattform für die Tagungs- und Hotelindustrie, bestätigt: Die Auswirkungen auf die Branche sind gravierend. Dazu wurden interne Daten zwischen 2019 und 2022 ausgewertet und Branchenkenner:innen befragt. Doch neue Ansätze in der Event-Planung können helfen, vorhandene Ressourcen und Budgets optimal zu nutzen und damit den Herausforderungen zu begegnen.

Relevanz von Team Events: auch in der Pandemie unverzichtbar

Stornierte Veranstaltungen, ausbleibende Buchungen und ein rasanter Anstieg virtueller Eventformate: Die Corona-Pandemie hat die MICE- und Event-Branche ohne Frage stark beeinflusst. Dennoch verzeichneten Teambuilding Events während der letzten drei Jahre kaum einen Anfrageeinbruch. Zu diesem Ergebnis kommt die Auswertung der internen Daten von Event Inc. Paul Hermann, CEO der Event Inc Group, hat folgende Erklärung: *„Teambuilding Events bleiben nicht nur ein fester Bestandteil der Unternehmenskultur, offenbar waren sie in Zeiten mehrerer Lockdowns gefragt wie nie. Sie wurden dazu genutzt, die Verbindung zum Unternehmen und zum eigenen Team bestmöglich aufrechtzuerhalten.“*

Auch nach Corona und bedingt durch mehr Homeoffice und Remote Work dienen Team Events als wichtiges Instrument zur Mitarbeiterbindung und Steigerung der Zufriedenheit. Das reelle Treffen vor Ort ist hier von besonderer Bedeutung. So geht aus der Expert:innenumfrage klar hervor: Nur 13 Prozent der Befragten sehen Team Events und sogar nur 10 Prozent Firmen-Events auch im virtuellen oder hybriden Format als nachhaltig erfolgreich an. Diese Formate eignen sich besser für Events wie Meetings oder Trainings, bei denen vor allem die Wissensvermittlung im Vordergrund steht.

Inflation: die Preise steigen, die Budgets nicht

Ab dem Frühjahr 2022 wurden pandemiebedingt aufgeschobene Veranstaltungen in großem Maß und branchenweit nachgeholt. Damit traf eine extrem hohe Nachfrage auf einen weitestgehend ausgebuchten und von Personalmangel geplagten Hotelmarkt. Dadurch sind die Preise stark in die Höhe gegangen – dieser Effekt wurde durch die Inflation noch verstärkt. Die Auswertung der internen Daten bestätigt: Allein von 2021 auf 2022 sind die Kosten pro Teilnehmer:in pro Tagung um 30 Prozent gestiegen. Der durchschnittliche Preis für Weihnachtsfeiern sogar um ganze 45 Prozent.

„Während zwar knapp die Hälfte der befragten Unternehmen ihr Event-Budget wieder auf Pre-Corona-Niveau anheben wollen, steigen gleichzeitig die Preise in nahezu allen Segmenten. Zukünftig werden die Tagungen und Events entweder kleiner und weniger aufwendig oder die Budgets müssen an die gestiegenen Preise angepasst werden“, erläutert Paul Hermann. *„Die Zusammenarbeit mit externen Partner:innen, die auf digitale Lösungen ausgerichtet sind, können effektiv Prozesskosten einsparen, sodass ein Teil des Preisanstieges aufgefangen wird.“*

Nachfrageüberhang trifft auf Angebotsengpass

2019 konnten noch fast 70 Prozent der Buchungsanfragen bedient werden. Drei Jahre später ist dieser Wert aufgrund des Personalmangels und der sehr hohen Nachfrage auf 40 Prozent gefallen. Unternehmen waren dadurch gezwungen, 2022 deutlich mehr Hotels und Event Locations anzufragen und damit erheblich mehr Zeit in den Event-Planungsprozess zu investieren, um ein passendes Angebot zu finden. Ebenfalls benötigen die Locations mehr Zeit, um auf Anfragen zu reagieren. Fehlende Kapazitäten verlangsamten die internen Prozesse.

In vielen Unternehmen läuft die Event-Planung noch weitestgehend manuell ab. Von der Location-Suche über den Angebotsvergleich bis hin zum Wunsch-Catering: Der Planungsaufwand ist hoch und kostet sehr viel Zeit und Geduld. *„Die traditionelle Abwicklung des MICE-Geschäfts wird digitalen Lösungen weichen müssen“,* so Paul Hermann. Nur so können Event-Planer:innen wie auch die Anbieter von Event Locations den neuen Herausforderungen gekonnt begegnen.

Den Report erhalten Sie kostenlos hier: <https://eventinc.de/mice-report-2023/>

Über die Event Inc Group:

Die Event Inc Group ist Europas größte digitale Plattform für die Buchung und das Management von Firmenveranstaltungen aller Art. So können Unternehmen schnell den optimalen Raum für ihre Veranstaltung finden, unkompliziert die besten Angebote erhalten, direkt buchen sowie das Teilnehmermanagement abbilden. Besonders geschätzt werden die B2B-Services für strategisches Meeting-Management, etwa bei der Organisation von Trainings und Seminaren in Tagungshotels. Insgesamt stehen über alle Event-Kategorien hinweg mehr als 20.000 Locations zur Auswahl. Durch das Zusammenspiel von diversen SaaS-Lösungen sowie einem persönlichen Service durch Expert:innen können Unternehmen ihre Prozesse zur Event-Organisation weitgehend automatisieren, ohne auf individuellen Service verzichten zu müssen. Schon heute setzen mehrere DAX-40-Unternehmen und internationale Top-Konzerne auf die Qualitäten der Event Inc Group als One-Stop-Shop für Events.

Am Markt in der MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions) operiert die Unternehmensgruppe mit Marken wie Event Inc, smart and more, Aloom und Inspiratie Op Locatie (NL).
