

WAS DENKT DER EVENTTEILNEHMER?

# Eine Studie von Cvent/Edelman



## Einführung

Was bewegt Eventteilnehmer wirklich? Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten. In unserer Branche steht meist eher der Veranstaltungsplaner im Mittelpunkt. Ziel dieser Studie war es daher, die Erfahrungen und Erwartungen von Eventteilnehmern in den Blickpunkt zu rücken, um bislang nicht berücksichtigte Wünsche und Bedürfnisse zu thematisieren. Event-Experten, die die Merkmale und Prioritäten der Besucher besser einschätzen können, organisieren interessantere, gewinnbringendere und eindrucksvollere Veranstaltungen, die den Vorstellungen und dem Bedarf der Teilnehmer entsprechen und zu denen diese jedes Jahr wieder gern zurückkehren.

**Cvent und Edelman Intelligence** haben im Rahmen einer Studie genauer untersucht, was Eventteilnehmer rund um den Globus bewegt.

**Dieser Bericht umfasst die folgenden Aspekte:**

- die Attendee Journey von Teilnehmern: vor, während und nach der Veranstaltung
- die Unterschiede von Eventerlebnissen zwischen Teilnehmern aus den USA, Großbritannien und Deutschland
- aus den Studienergebnissen resultierende Handlungsempfehlungen

Im Rahmen dieser Studie werden die Einstellungen und Präferenzen von Teilnehmern erforscht und

Möglichkeiten genannt, wie sich die Wirkung einer Veranstaltung mithilfe entsprechender Instrumente messen und die Teilnehmererfahrung insgesamt optimieren lässt. Solche Messungen ermöglichen es Event-Profis, die Interessen und Beweggründe der Teilnehmer besser nachzuvollziehen und die von ihnen geplanten und beworbenen Veranstaltungen entsprechend zu verbessern. Darüber hinaus enthält der Bericht wichtige demografische Daten zu den Eventteilnehmern: warum sie Tagungen und Konferenzen besuchen, welche Faktoren sie als anstrengend und welche sie als angenehm empfinden, ihre Wünsche und Bedürfnisse und ihre spezifischen Probleme im Berufsalltag.

## Die Umfrageteilnehmer

Vom 9. bis 21. August 2018 legten Cvent und Edelman 3.000 Personen (jeweils 1.000 aus den USA, Großbritannien und Deutschland) einen 15-minütigen quantitativen Online-Fragebogen vor. Die Befragten hatten zwischen Februar und August 2018 an Fachkonferenzen teilgenommen. Um ein aussagekräftigeres Ergebnis zu erhalten, wurde zudem berücksichtigt, welche Teilnehmer im Verlauf eines Jahres mindestens zehn Veranstaltungen besucht hatten (sogenannte „häufige Teilnehmer“).



## Zusammenfassung

Tagungen und Veranstaltungen tragen nach wie vor in erheblichem Maße zur Gewinnung neuer Kunden und Aufträge bei. Daher ist es für Fachleute enorm wichtig, die Wünsche und Bedürfnisse der Eventteilnehmer möglichst gut zu kennen. Denn nur wer die Teilnehmer versteht, ist in der Lage, ihnen ein positives Erlebnis zu verschaffen.

Die Studienergebnisse zeigen, dass Fachveranstaltungen von den Besuchern nach wie vor als äußerst wertvoll eingeschätzt werden, weil sie eine einmalige Gelegenheit bieten, dazuzulernen und sich beruflich weiterzuentwickeln. Damit haben sie erhebliche Auswirkungen auf Job und Karriere.

### NETWORKING

ist eines der wichtigsten Gründe für die Teilnahme, sowohl auf beruflicher als auch auf privater Ebene, denn die meisten Teilnehmer haben bei beruflichen Veranstaltungen bereits Freundschaften geschlossen.

# 70%

berichteten, dass sie bei jeder Veranstaltung etwas Neues lernen, das ihren Berufsalltag leichter macht

# 90%

der Befragten gaben an, dass sich der Zeitaufwand für die von ihnen zuletzt besuchte Veranstaltung gelohnt hat

# 50%

gaben an, bereits im Vorfeld Informationen zum Event aufzubereiten

# 40%

beschäftigten sich auch noch nach der Veranstaltung mit den thematisierten Inhalten

Da jede Veranstaltung ihre berufliche Weiterentwicklung fördern kann, tragen die Teilnehmer sehr engagiert zu einem gelungenen Ergebnis bei, von der Vorbereitung bis hin zum Austausch über das Gelernte nach dem Event.

Doch es gibt auch einige Stressfaktoren: Abgesehen vom Zeitaufwand für den Veranstaltungsbesuch fällt es manchen Teilnehmern schwer, das Gelernte weiterzugeben und den Nutzen der Teilnahme zu sehen.

Zwar empfanden die meisten Teilnehmer die zuletzt besuchte Veranstaltung nicht als stressig, Verbesserungspotenzial besteht dennoch.

**Deutschen Teilnehmer** bewerteten Veranstaltungen aufgrund der Abwesenheitszeit und des logistischen Aufwands bzw. der Orientierung vor Ort als anstrengend.



## Die wichtigsten Ergebnisse

Präsenzveranstaltungen werden nach wie vor als äußerst wertvoll und als entscheidender Beitrag zur beruflichen Weiterentwicklung erachtet. Insbesondere fördern sie die Karriere durch Workshops, Networking mit Kollegen und Interessenten und die Gelegenheit, sich aktiv einzubringen und nützliches berufsbezogenes Wissen zu erwerben.

Die technische Entwicklung spiegelt sich auch in der Veranstaltungsplanung wider. Spezielle Event-Apps für Mobilgeräte und die vor Ort eingesetzte Technik wirken sich in hohem Maße positiv auf das Teilnehmererlebnis aus und erhöhen die Besucherzahlen bei künftigen Veranstaltungen. Dank der rasanten Entwicklung der Event Management-Technik ist die Planung (ebenso wie der Besuch) von Veranstaltungen heute einfacher denn je. Dadurch waren auch die Teilnehmer vor, während und nach Events noch nie so stark eingebunden wie jetzt.

**Und dafür gibt es gute Gründe – einige entscheidende Stressfaktoren und Hindernisse im Zusammenhang mit Veranstaltungsbesuchen lassen sich durch technische Hilfsmittel ausräumen:**



Vor Ort eingesetzte Tools (z. B. zum Check-in der Besucher und zum Drucken von Namensschildern) verkürzen die Wartezeiten am Eingang und vereinfachen den Wechsel von einer Session zur nächsten.



Durch Event-Apps für Mobilgeräte finden die Teilnehmer sich auf der Veranstaltung leichter zurecht, was den Stress deutlich verringert. Zudem lassen sich über die Apps während des gesamten Event-Lebenszyklus Funktionen, Inhalte und Informationen für die Besucher bereitstellen.





Im Hinblick auf die Zukunft der Eventbranche treffen die Studienergebnisse auf alle untersuchten Länder gleichermaßen zu. Millennials sind das am schnellsten wachsende Teilnehmersegment. Sie sind ausgesprochen interessiert an Veranstaltungsbesuchen, benötigen aber unter Umständen mehr Beratung und Orientierungshilfe, um das Besucherlebnis weniger anstrengend zu gestalten. Sich auswärts aufzuhalten, niemanden zu kennen, An und Abreise sowie Networking – all das gehört zu den Stressfaktoren eines Eventteilnehmers.



Millennials nehmen derzeit an gleich vielen Veranstaltungen teil wie frühere Generationen, werden 2019 aber wahrscheinlich mehr Events besuchen als 2018.

- Ungeachtet dessen nehmen sie Veranstaltungsbesuche als deutlich stressiger wahr, insbesondere das Networking mit unbekanntem Personen.
- Sie erwarten bei Veranstaltungen mehr Empfehlungen, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind, z. B. zu Vorträgen oder Personen, die interessant für sie sein könnten.

## Empfehlungen

Fachveranstaltungen sind bei Teilnehmern aus allen Ländern sehr gefragt. Das Interesse ist so groß, dass die meisten Teilnehmer selbstständig nach Gelegenheiten suchen, um Veranstaltungen zu besuchen, damit sie Neues lernen und sich weiterentwickeln können. Sie können maßgeblich zum Veranstaltungserfolg beitragen, indem Sie diese Begeisterung nutzen und die Einzigartigkeit Ihrer Events herausstellen. Dies ist in jeder Phase des Event-Lebenszyklus möglich.





## IM VORFELD DER VERANSTALTUNG

Wir wissen, dass die Teilnehmer großes Interesse an Veranstaltungen haben. Es ist wichtig, sich diese Begeisterung bereits im Vorfeld zunutze zu machen.

### Frühzeitige und regelmäßige Kontaktaufnahme

Im Vorfeld erfahren die meisten Besucher von der jeweiligen Veranstaltung per E-Mail. Andere Kanäle wie Werbung, Empfehlungen, soziale Medien usw. sind weit weniger erfolgversprechend. Ein durchdachter, in sich stimmiger E-Mail-Marketing Plan für eine Veranstaltung sorgt für höhere Besucherzahlen und eine stärkere Einbindung der Teilnehmer.

Die meisten Besucher beschäftigen sich bereits vor der Anreise mit den Veranstaltungsinhalten und wünschen sich zweckdienlichere, nützlichere Inhalte. Dies lässt sich auf mehrere Arten erreichen:

- Geben Sie auf Basis persönlicher Interessen und bisheriger Besuche Empfehlungen für bestimmte Veranstaltungen.
- Empfehlen Sie je nach Branche und Tätigkeitsfeld Networking-Veranstaltungen mit gleichgesinnten Teilnehmern.
- Erstellen Sie vor der Veranstaltung basierend auf den Teilnehmerpräferenzen einen ausführlichen Besuchsplan (mit interessanten Workshops und Rahmenveranstaltungen sowie Restaurantvorschlägen). Wenige und eher allgemeine Informationen zu Veranstaltungen stellen einen Stressfaktor dar. Daher können Sie das Teilnehmererlebnis so bereits im Vorfeld erheblich verbessern und die Besucher verstärkt einbinden.
- Steigern Sie den Bekanntheitsgrad Ihrer Event-Apps. Nur einem von vier Teilnehmern wurde für die zuletzt besuchte Veranstaltung eine App für Mobilgeräte angeboten. Sofern eine App verfügbar war, wurde sie allerdings von drei von vier Teilnehmern heruntergeladen und als äußerst hilfreich bewertet. Auf diese Weise lassen sich das Engagement und die Begeisterung der Teilnehmer höchst effektiv steuern.







## WÄHREND DER VERANSTALTUNG

Erfolgreiche Veranstaltungen bieten Gelegenheit, informative Vorträge anzuhören, Neues zu lernen und Netzwerke zu pflegen. Die Zufriedenheit der Teilnehmer hängt entscheidend davon ab, wie aktiv sie sich bei der Veranstaltung einbringen können. Vor Ort empfehlen wir Folgendes:

- Persönliche Networking-Gelegenheiten
- Unterstützung bei Planung und Logistik
- Event-Apps für Mobilgeräte
- Interaktive Sessions
- Informative Keynote-Vorträge
- Präsentationsunterlagen (Inhalte) zum Herunterladen

Die logistischen Aspekte einer Veranstaltung und die Orientierung vor Ort sind für die Teilnehmer oft sehr anstrengend. Event-Apps für Mobilgeräte und andere vor Ort eingesetzte Tools können hier Abhilfe schaffen. Aus diesem Grund ist der verstärkte Einsatz von Apps unumgänglich (für 68% der Teilnehmer, die eine Event-App heruntergeladen hatten, verlief die zuletzt besuchte Veranstaltung erfolgreich und 70% fanden die App äußerst hilfreich). Zudem sind bestimmte

## NACH DER VERANSTALTUNG

Für viele Teilnehmer in den USA, Großbritannien und Deutschland ist es belastend, nach der Veranstaltung ihren Wert im Hinblick auf den verbundenen Aufwand zu sehen, insbesondere in Anbetracht der Kosten. Daher ist es äußerst wichtig, den Teilnehmern in dieser Hinsicht zu helfen. Besonders hilfreich ist Ihre Unterstützung bei der Weitergabe des neu erworbenen Wissens. Stellen Sie Unterlagen zusammen, die die Teilnehmer nach ihrer Rückkehr am Arbeitsplatz präsentieren können.

Funktionen für Apps und andere vor Ort einzusetzende Hilfsmittel aufgrund ihrer positiven Bewertung durch die Teilnehmer dringend zu empfehlen:

- Einfaches Check-in-Verfahren
- Informationen zu Sessions
- Kalenderfunktionen
- Lagepläne
- ausführliche Angaben zu Rednern
- Push-Benachrichtigungen
- Aktivitätsfeeds
- Teilnehmerbenachrichtigungen

Eine kontinuierliche Einbeziehung und Vermittlung von Informationen führt zu größerer Teilnehmerzufriedenheit. .



1 von 4 Teilnehmern hat Schwierigkeiten, Kollegen Inhalte zu vermitteln, daher sind Unterlagen, die direkt geteilt werden können, äußerst nützlich.



Am liebsten empfangen und teilen die Besucher Inhalte über Mobile Event-Apps.

(Hinweis: Deutsche Teilnehmer legen mehr Wert auf Präsentationsunterlagen als amerikanische und britische Teilnehmer).



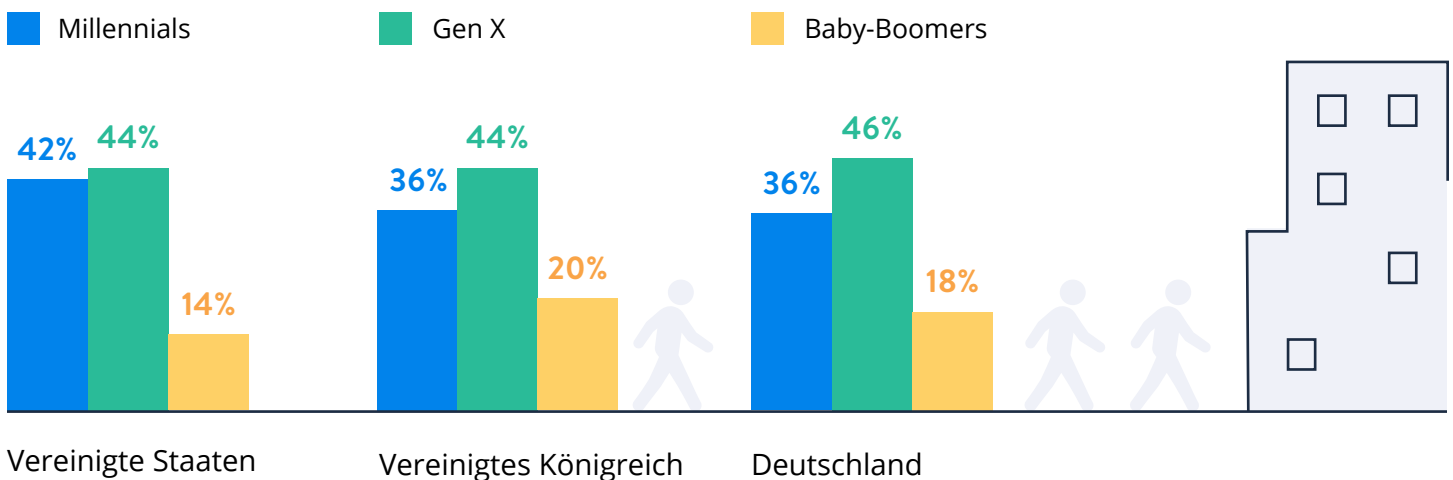
# Was bewegt Eventteilnehmer? Die Zahlen sprechen für sich

Wer sind die Befragten und warum besuchen sie Ihre Veranstaltungen? Daten zum demographischen Daten, Hintergründen sowie zu den Einstellungen von Teilnehmern helfen Ihnen, Inhalte besser abzustimmen und Veranstaltungen zu bieten, die in Erinnerung bleiben.

Dazu wurden Daten einer Studiengruppe von Eventteilnehmern erhoben, welche die verschiedenen Generationen an Millennials bis hin zu Babyboomern umfasste. Das war wichtig, um die spezifischen Wünsche und Bedürfnisse der Teilnehmer zu verstehen, die allesamt äußerst relevant für die künftige Entwicklung der Branche sind. Da Teilnehmerergebnisse sich auch mit Hinblick auf ihrer geografischen Herkunft unterscheiden können und deshalb Feedback von verschiedenen Teilnehmergruppen aus unterschiedlichen Teilen der Welt wichtig ist, wurde eine internationale Studie ins Leben gerufen. Auf diese Weise lernen Sie Ihre Eventbesucher besser kennen und können Ihre Inhalte entsprechend zuschneiden.

## Demografisches Profil

### Durchschnittsalter von Eventteilnehmern

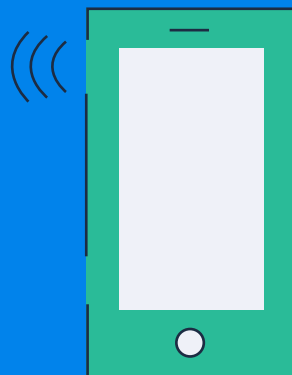


IM DURCHSCHNITT  
WERDEN

3

EVENTS PRO JAHR  
BESUCHT

% AN EVENTTEILNEHMERN, DIE  
EINE MOBILE EVENT-APP  
HERUNTERLADEN



84% Vereinigte Staaten

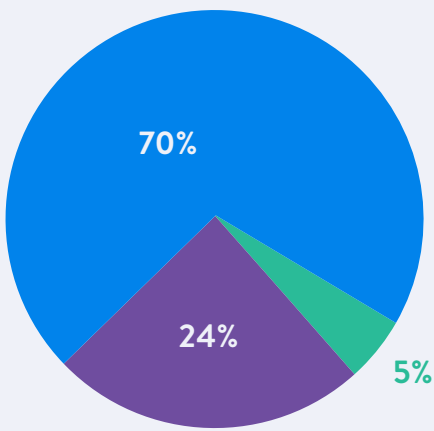
74% Vereinigtes  
Königreich

75% Deutschland

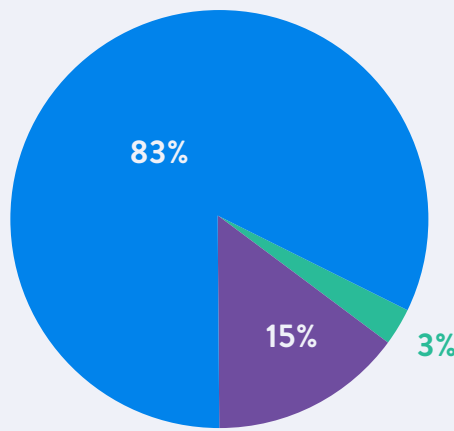


## ANWESENHEIT VON EVENTTEILNEHMERN

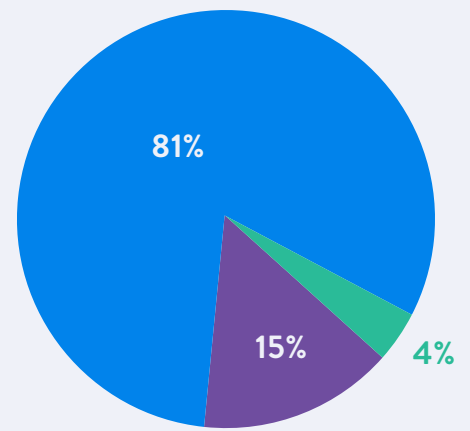
■ Vor Ort anwesend    
 ■ Virtuell anwesend    
 ■ Mischung aus beiden



Vereinigte Staaten



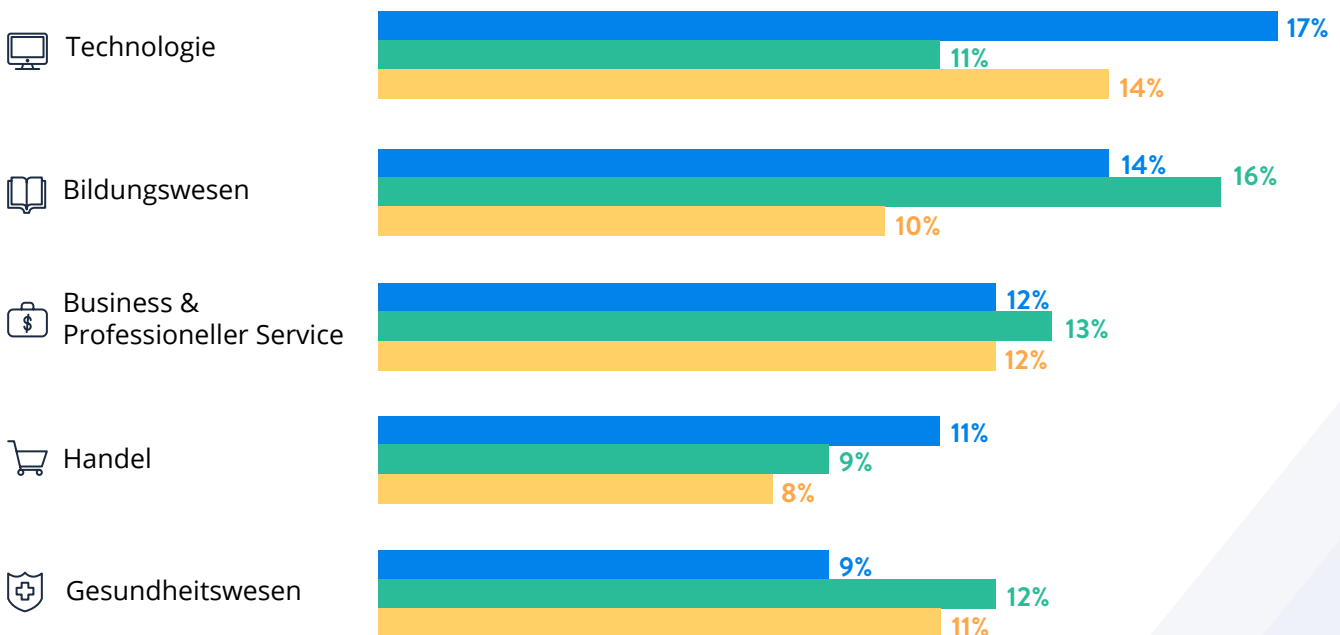
Vereinigtes Königreich



Deutschland

## TOP 5 INDUSTRIEN VON EVENTTEILNEHMERN

■ Vereinigte Staaten    
 ■ Vereinigtes Königreich    
 ■ Deutschland

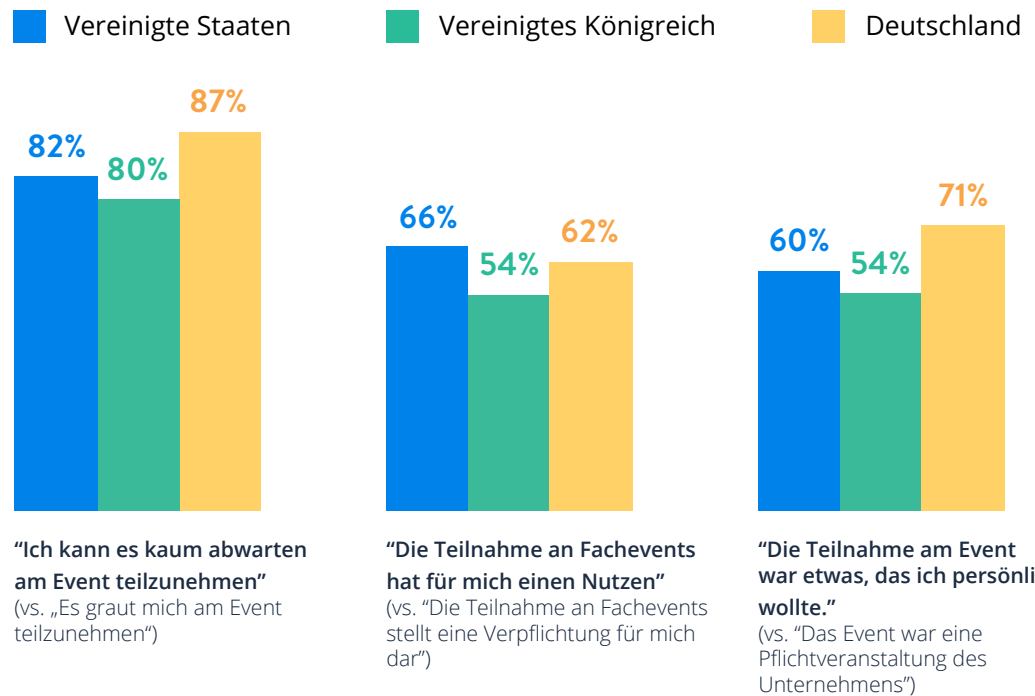


# Die Attendee Journey des Eventteilnehmers

## VOR DEM EVENT

Die Teilnehmer freuen sich auf Ihre Veranstaltung!

Der Grad der Begeisterung unterscheidet sich je nach Region.



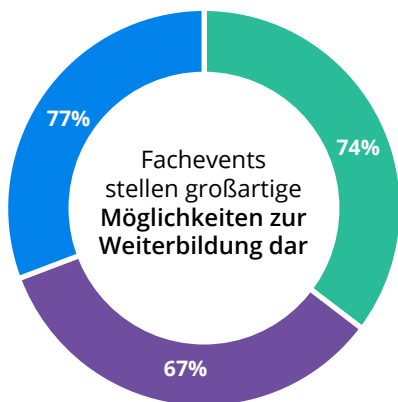
### #1

Der wichtigste Faktor bei der Eventteilnahme in allen Ländern ist die „Qualität der Weiterbildungsmöglichkeiten“

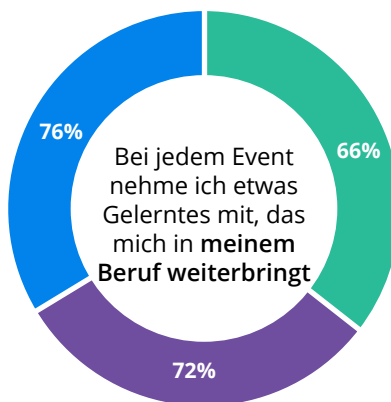
### #1

Der Hauptgrund für die Eventteilnahme in allen Ländern ist die Möglichkeit zur „beruflichen Weiterbildung“

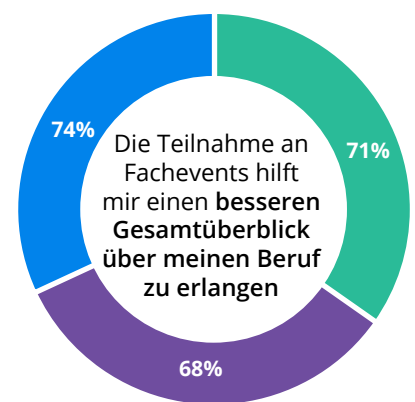
Die Gründe für die Teilnahme sind klar. Für Event-Experten ist es wichtig, diese Begeisterung zu nutzen. Dabei ist es entscheidend, schon in der Vorbereitungsphase hieran anzuknüpfen und dafür zu sorgen, dass die Begeisterung bis zum Check-in bzw. bis zur Veranstaltung selbst anhält. Das gelingt am besten, indem Sie frühzeitig und regelmäßig mit den potenziellen Teilnehmern kommunizieren.



Vereinigte Staaten



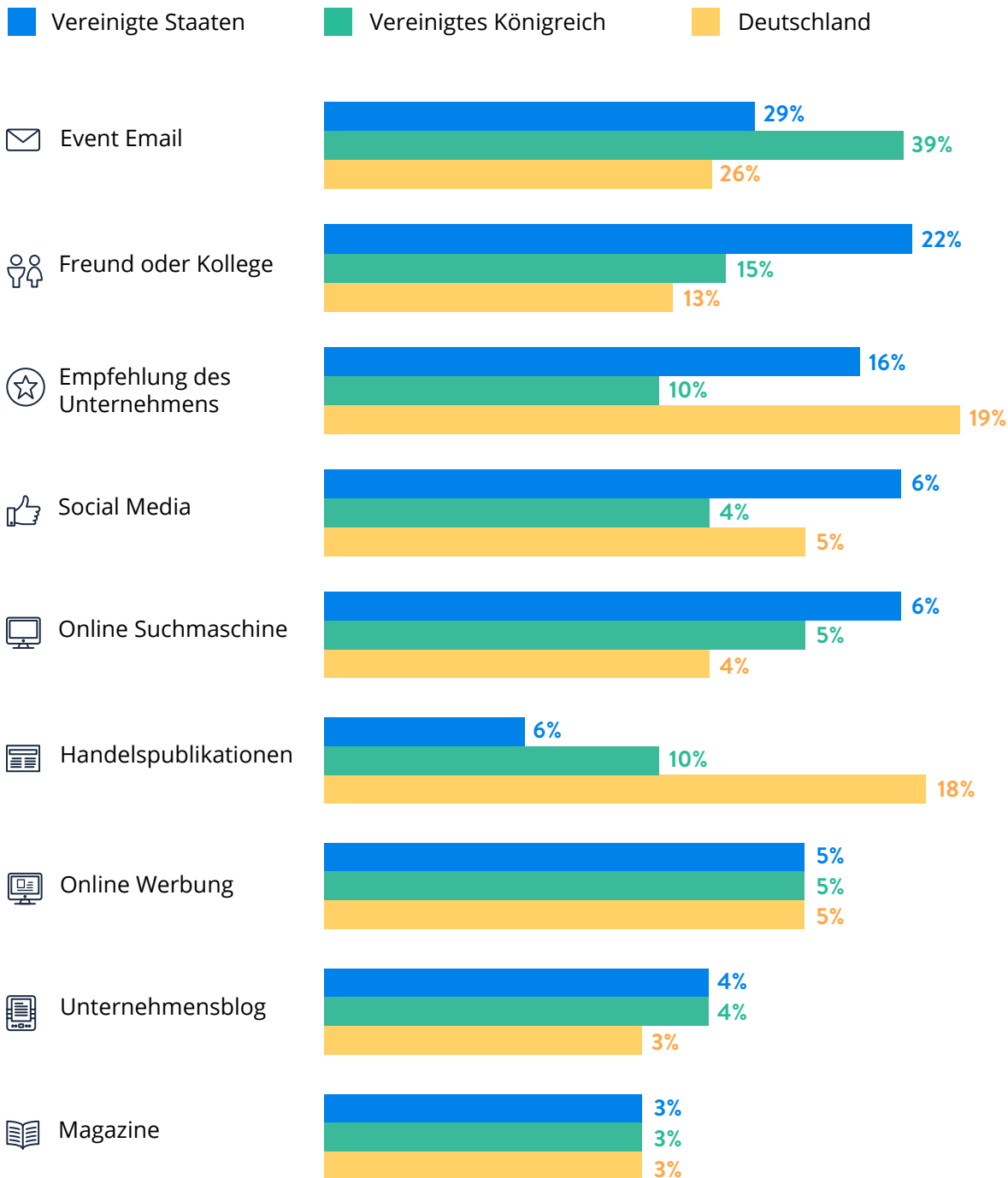
Vereinigtes Königreich



Deutschland

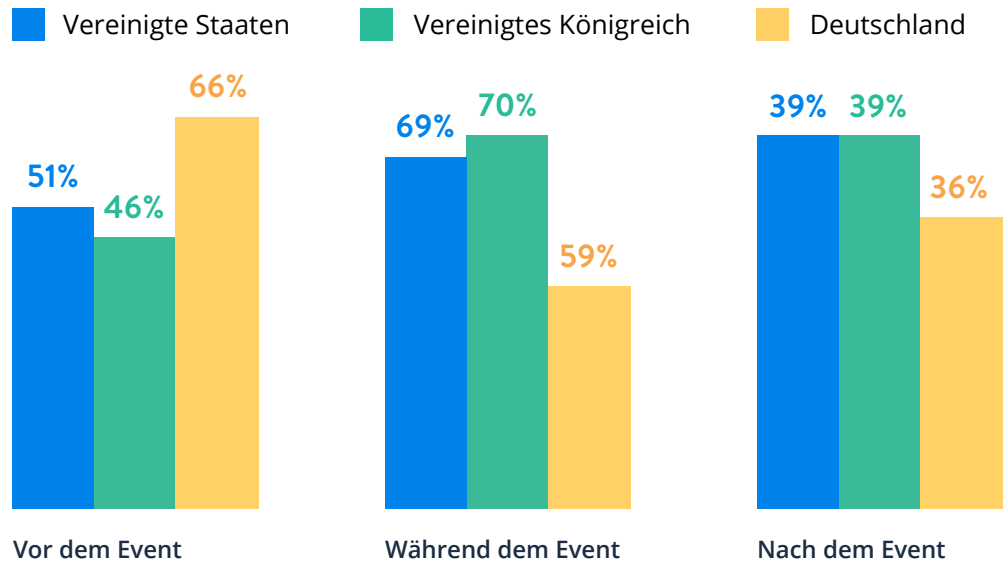
Für Event-Experten ist es wichtig, diese Begeisterung zu nutzen. Dabei ist es entscheidend, schon in der Vorbereitungsphase hieran anzuknüpfen und dafür zu sorgen, dass die Begeisterung bis zum Check-in bzw. bis zur Veranstaltung selbst anhält. Das gelingt am besten, indem Sie frühzeitig und regelmäßig mit den potenziellen Teilnehmern kommunizieren.

## TOP INFORMATIONSQLLEN





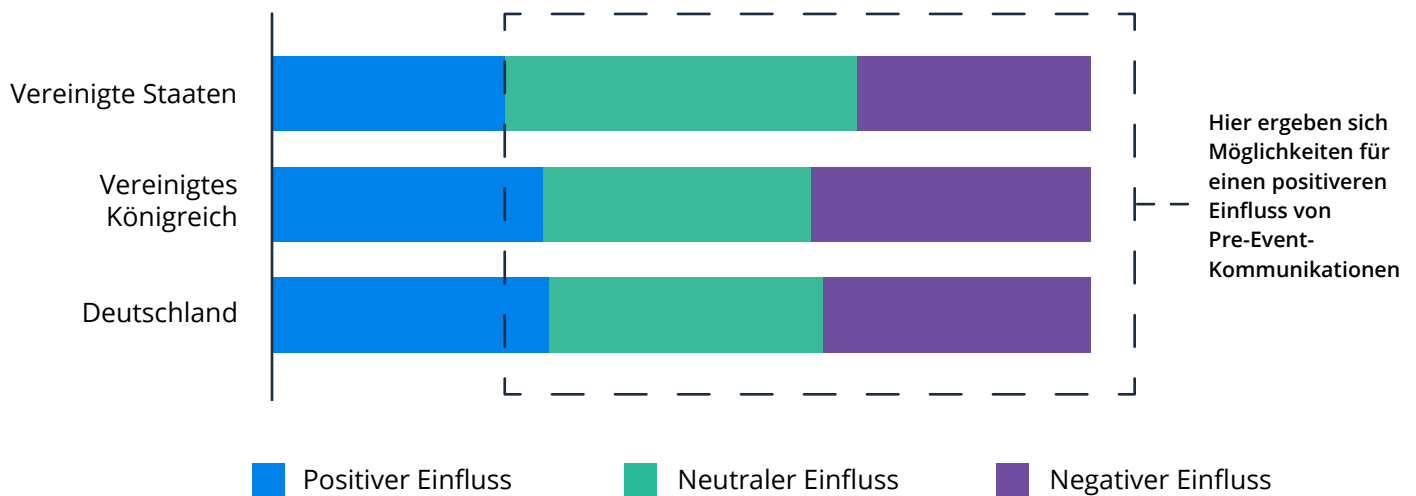
Die Mehrheit der Teilnehmer erledigen ihre „Hausaufgaben“ – viele fangen bereits einige Zeit vor dem Event an, sich mit den Informationen eines Events auseinanderzusetzen.



„Ich bereite mich im Vorfeld sehr intensiv auf das Fachevent vor“ (vs. „Ich bereite mich nicht auf das Fachevent im Vorfeld vor“)

Zwar sind Eventteilnehmer mit der Kommunikation im Vorfeld eines Events generell sehr zufrieden, Verbesserungspotenzial besteht allerdings dennoch.

**Der Einfluss von Pre-Event-Kommunikationen auf die Eventerlebnisse eines Teilnehmers:**



# Ein Verbesserungsvorschlag wäre, Empfehlungen für Sessions zu erhalten

# #1

Präferenz von Teilnehmern aus allen Ländern sind Empfehlungen

## Präferenzen bei der Personalisierung von Events

■ Vereinigte Staaten ■ Vereinigtes Königreich ■ Deutschland

Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf, hätte ich gerne die Möglichkeit **Empfehlungen für Event Sessions** zu erhalten



Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf, wünsche ich mir empfohlen zu bekommen, **mit welchen weiteren Eventteilnehmern ich in Kontakt treten sollte**



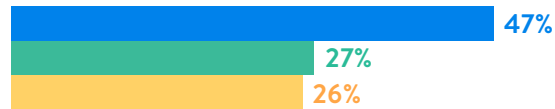
Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf hätte ich gerne **einen vollständigen Veranstaltungsplan im Vorfeld des Events**, welcher u.a. enthalten soll, welche Sessions und Networking Möglichkeiten ich besuchen soll und wo ich am besten essen gehen kann



Basierend auf meinen bisherigen Eventteilnahmen, hätte ich gerne **Empfehlungen für weitere Fachveranstaltungen**, die ich besuchen könnte

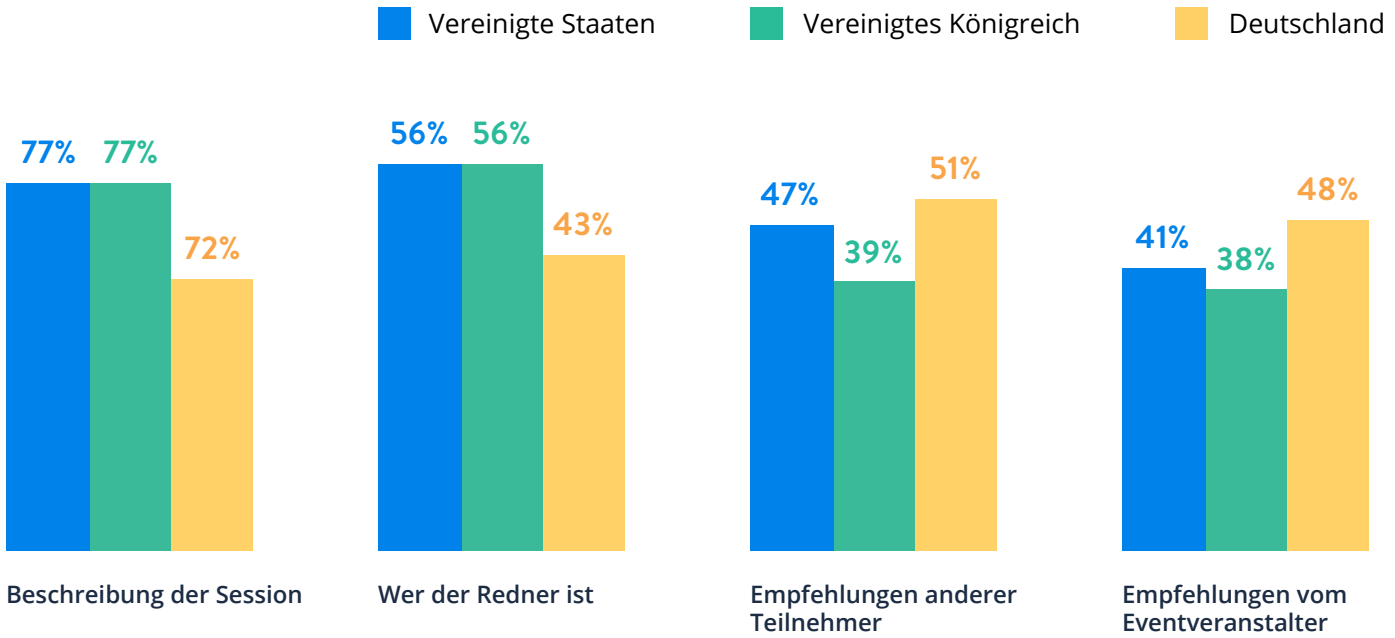


Ich hätte gerne einen **Concierge Service**, welcher mir über die gesamte Veranstaltung hinweg, von der Registrierung bis hin zu meiner Reise nach Hause, aushilft



Der Grund dahinter könnte an den zu limitierten und zu generellen Informationen liegen, auf Basis welcher Teilnehmer sich für eine Session entscheiden.

Wie Teilnehmer sich für eine Session entscheiden:



Hier eröffnen sich für Empfehlungen Chancen eine wichtigere Rolle zu spielen



#3

STRESSFAKTOR  
WELTWEIT

„DIE AUSWAHL ZWISCHEN ZWEI SESSION ZU HABEN, AN WELCHEN ICH TEILNEHMEN WOLLTE UND DIE ZUR GLEICHEN ZEIT STATTFANDEN.“

Dass dies für viele ein Stressauslöser ist, kann an der Beschreibung der Sessions liegen, da basierend auf diesen limitierten Informationen eine Entscheidung getroffen werden muss.

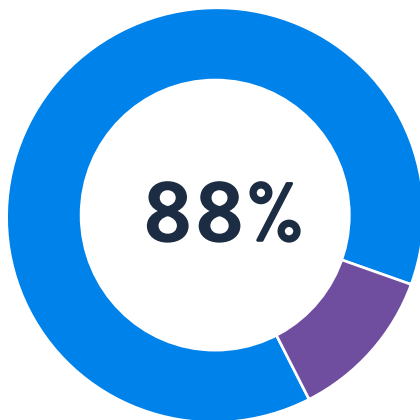


## WÄHREND DEM EVENT

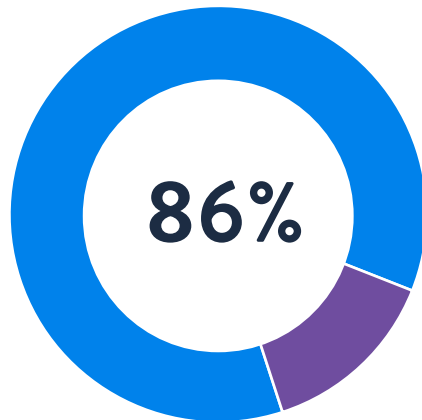
Die Teilnehmer erachten den Veranstaltungsbesuch als wertvoll und nutzen die Gelegenheit, Neues zu lernen, ihr Netzwerk zu pflegen und ihre Karriere voranzutreiben.

Fachevents sind daher sehr wertvolle Möglichkeiten für Teilnehmer.

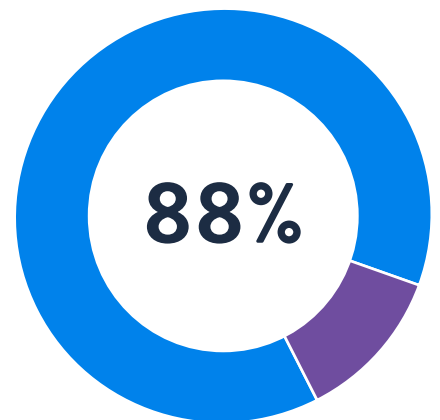
„Das letzte Event, an welchem ich teilgenommen habe, war eine Zeitinvestition, die sich sehr gelohnt hat“



Vereinigte Staaten



Vereinigtes Königreich

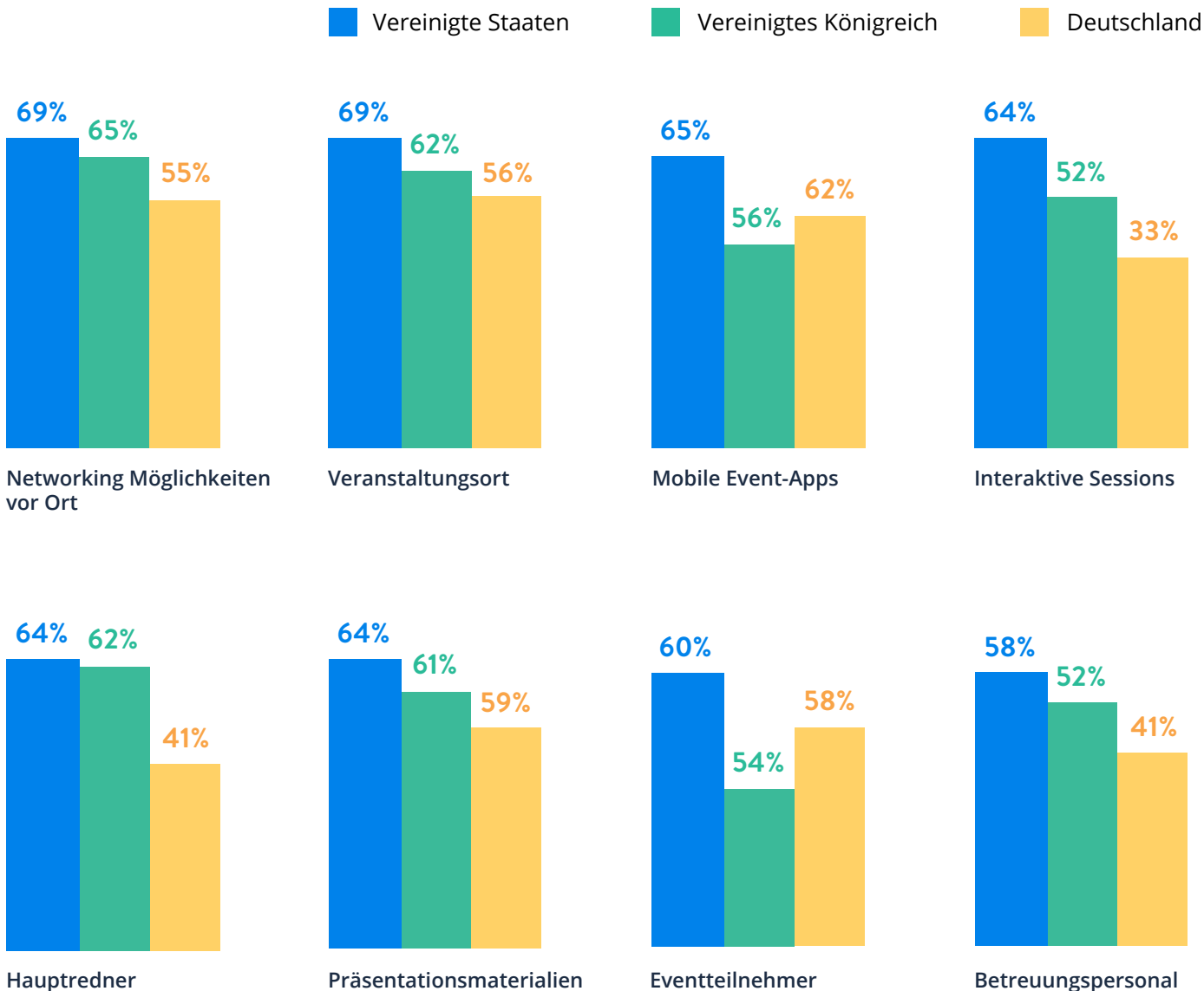


Deutschland



Faktoren, die Engagement fördern, sind der Schlüssel für wertschöpfendere Events, insbesondere Networking- Möglichkeiten spielen hierbei eine große Rolle.

### Event-Faktoren, die zu einem gesamtheitlichen positiven Eventerlebnis beigetragen haben:



### Andere Faktoren sind u.a.:

- Verpflegung
- Weitere Redner
- Unterkunftsmöglichkeiten
- Check-In-Prozess
- Planungs-/Logistik-Prozesse
- Anreise-Empfehlungen
- Pre-Event Kommunikationen
- Gesellschaftliche Anlässe, z.B. Happy Hours
- Virtuelle Teilnahme-Angebote

# 76%

Vereinigte Staaten

# 74%

Vereinigtes  
Königreich

# 79%

Deutschland

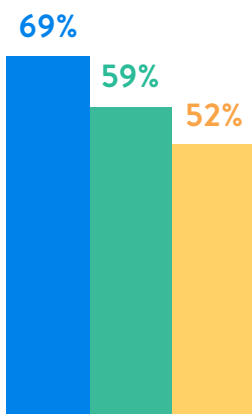
„Das Networking mit anderen Teilnehmern hat einen entscheidenden Einfluss auf die Erfahrungen der Teilnehmer bei Fachevents“ (vs. . . „Networking mit anderen Teilnehmern empfinde ich als unangenehm“)

Nicht nur sehen die Teilnehmer das Networking als einen integralen Bestandteil von Events an, auch hat sich das Leben von vielen durch die Bekanntschaft mit anderen Teilnehmern entscheidend verändert.

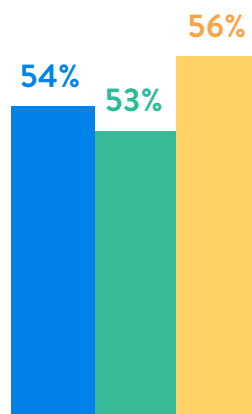
■ Vereinigte Staaten

■ Vereinigtes Königreich

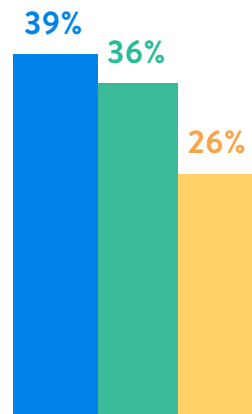
■ Deutschland



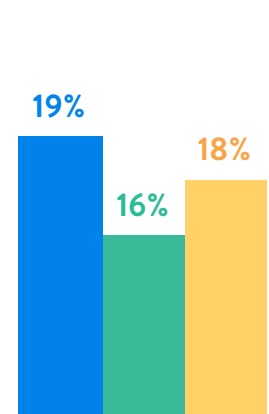
„Bei einem Fachevent konnte ich Freundschaften schließen“



„Bei einem Fachevent knüpfte ich Kontakte noch bis spät in die Nacht“



„Bei einem Fachevent habe ich jemanden getroffen, den ich beim nächsten Mal auf jeden Fall vermeiden wollte“



„Bei einem Fachevent habe ich eine frühe Session verpasst, weil ich bis spät in die Nacht noch auf einer gesellschaftlichen Veranstaltung Kontakte gepflegt habe“



**1 IN 4 EVENTTEILNEHMER FANDEN EINEN NEUEN JOB ÜBER KONTAKTE, DIE SIE BEI FACHEVENTS GEKNÜPFT HABEN**



**IM DURSCHNITT HABEN 1 VON 7 TEILNEHMERN EINEN BEDEUTENDEN KONTAKT BEI FACHEVENTS GEKNÜPFT**

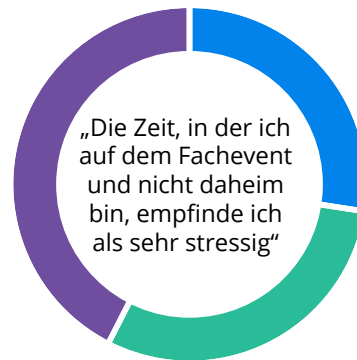
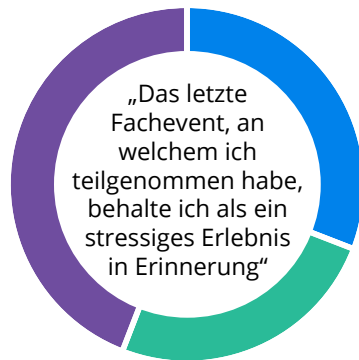


Ein Großteil empfindet Veranstaltungen als anstrengend, wobei die Gründe je nach Region variieren. Insbesondere Deutsche Teilnehmer sehen die Teilnahme an Events als Stressauslöser an.

■ Vereinigte Staaten

■ Vereinigtes Königreich

■ Deutschland



Neben der Zeit, die außer Haus verbracht wird, hat jede Region ihre spezifischen Stressauslöser:

- Teilnehmer in den Vereinigten Staaten finden es anstrengend den richtigen Ausgleich zwischen der Teilnahme am Event und der Erledigung ihrer Arbeitsaufgaben zu finden.
- Im Vereinigten Königreich sehen es Teilnehmer als mühevoll an sich vor Anwesenden, die sie nicht kennen, zu präsentieren und sich entsprechend zu verhalten.
- Stressauslöser für Teilnehmer in Deutschland sind u.a. die Navigation vor Ort und den Nutzen des Events mit Hinblick auf gelernte Inhalte zu sehen.

Mobile Event-Apps dienen daher hierbei als optimale Lösung, da sie logistische Schwierigkeiten und Navigations-bedingten Stress beheben.

## TOP 5 NÜTZLICHSTE FUNKTIONEN VON MOBILE EVENT-APPS

- Session Informationen
- Schedule Tracker
- Pläne
- Redner Informationen
- Benachrichtigungen

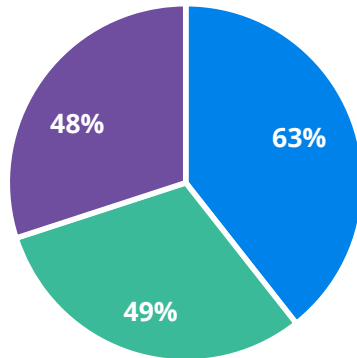


## NACH DEM EVENT

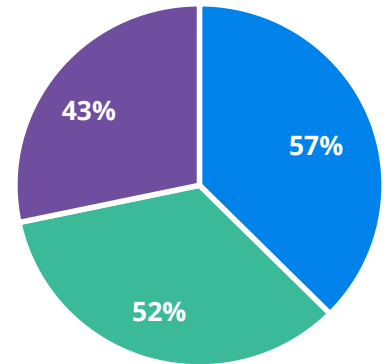
Ebenso wie für die Organisatoren ist ein Event auch für die Teilnehmer nach der eigentlichen Veranstaltung noch nicht zu Ende. Der Nutzen Ihrer Teilnahme, die Reisekosten und die Abwesenheit von der Arbeit stellen allsamt Stressfaktoren dar.

■ Vereinigte Staaten
 ■ Vereinigtes Königreich
 ■ Deutschland

„Ich würde an mehreren Events teilnehmen, wenn die Ausgaben im Verhältnis zu den Leistungen stehen würden“



„Ich würde an mehreren Events teilnehmen, wenn sie billiger wären“



Und das aus einem guten Grund; mehrheitlich investiert wird in die folgenden Schlüsselfaktoren: die Teilnahme an Events, wertschöpfende Event-Aspekte und die Optimierung der Logistik.

## DURCHSCHNITTliche KOSTEN DES ZULETZT BESUCHTEN EVENTS



**\$811**

Vereinigte Staaten

**£364**

Vereinigtes Königreich

**€485**

Deutschland

## DURCHSCHNITTliche ZURÜCKGELEGTE DISTANZ ZUM ZULETZT BESUCHTEN EVENT

**470 mi**

Vereinigte Staaten

**382 km**

Vereinigtes Königreich

**350 km**

Deutschland



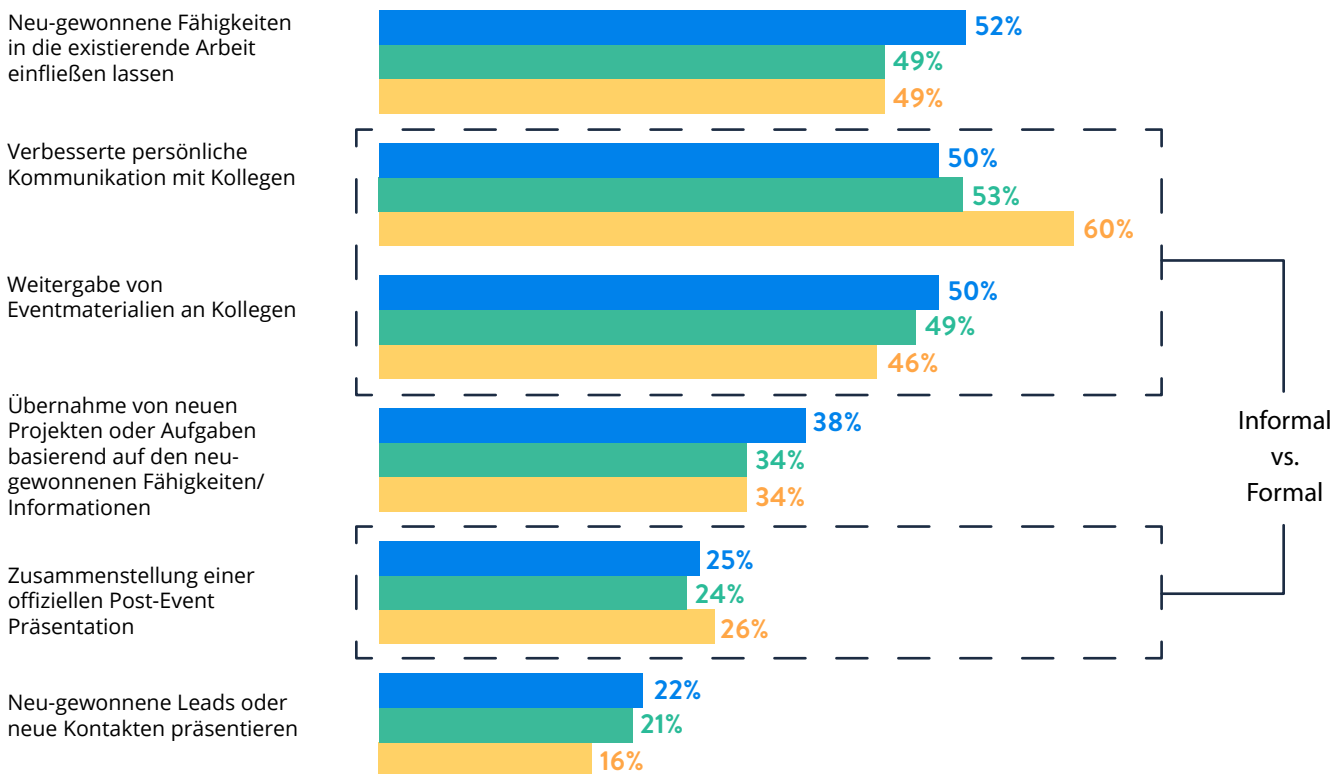
Obwohl Events sehr wertgeschätzt werden, kann dies nur schwer gezeigt werden; Einer von vier Teilnehmern hat Schwierigkeiten, Kollegen seine Erkenntnisse zu vermitteln, daher sind Unterlagen, die direkt geteilt werden können, äußerst nützlich.



„Ich empfinde es als schwer die Inhalte des Fachevents mit Kollegen zu teilen, die nicht selbst am Event teilnehmen konnten“






## NUTZEN VON EVENTS IM BERUFSLEBEN

■ Vereinigte Staaten    
 ■ Vereinigtes Königreich    
 ■ Deutschland



Probleme, die sich beim Teilen von neu gewonnenen Inhalten ergeben, können durch einen einfacheren Zugang zu diesen Informationen vor, während und nach dem Event beseitigt werden.

### Bevorzugte Vermittlung von Eventinhalten:

-  In einer E-Mail vor dem Event
-  Als Handout während dem Event
-  In einer E-Mail nach dem Event
-  Via einer Mobile-App
-  Als Video-Aufnahme der besuchten Sessions

Auch bei den Wünschen und Bedürfnissen der Teilnehmer ergeben sich Unterschiede zwischen den USA, Großbritannien und Deutschland. Insbesondere im Hinblick auf die unterschiedlichen Verbesserungsmaßnahmen, welche von den verschiedenen Ländern im Eventbereich unternommen werden, wird deutlich, dass die USA und Großbritannien ihren Fokus vor allem auf logistische und Komfort-Aspekte legt, während Deutschland die Sicherstellung der Qualität von Eventinhalten in den Vordergrund stellt.

„Wenn Sie die Wahl hätten etwas an Ihrem zuletzt besuchten Fachevent zu ändern, für welches würden Sie sich entscheiden und warum?“

## VEREINIGTE STAATEN



## VEREINIGTES KÖNIGREICH



## DEUTSCHLAND





# Fachveranstaltungen: Ein Blick in die Zukunft

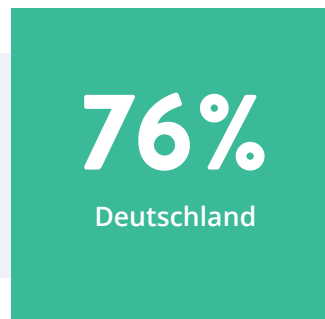
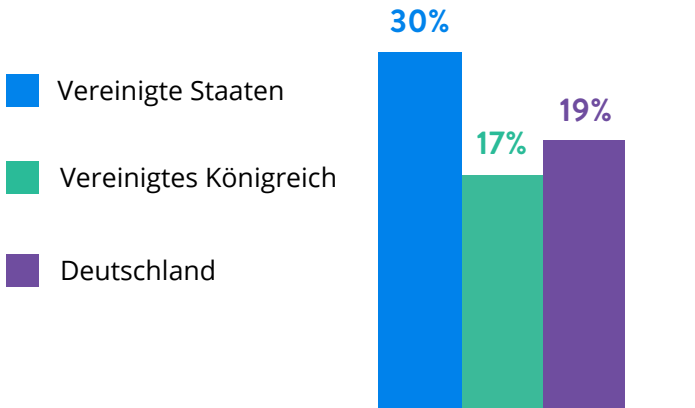
Das Teilnehmererlebnis wird sich durch die eingesetzte Technik immer weiter entwickeln, von der virtuellen Teilnahme bis hin zu Innovationen vor Ort.





Bei der virtuellen Teilnahme, auch wenn es noch in den Kinderschuhen steckt, gibt es großes Potential für Wachstum.

Teilnehmer, die an einem Event virtuell teilgenommen haben:



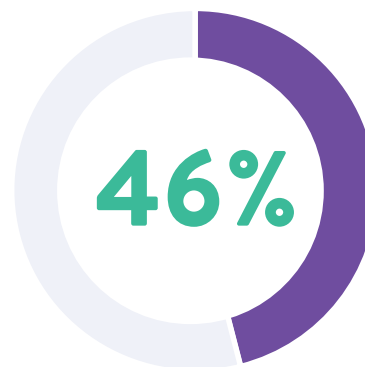
Teilnehmer, die daran glauben, dass die virtuelle Teilnahme an Events an Popularität zunehmen wird.

Und das aus gutem Grund – Teilnehmer, die virtuell teilgenommen haben, sind eher dazu geneigt ihr letztes Event positiv in Erinnerung zu behalten.



Teilnehmer, die virtuell an einem Event teilgenommen haben

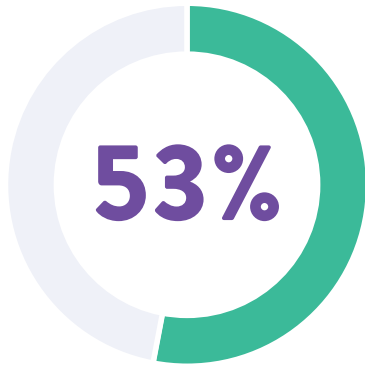
vs



Teilnehmer, die nicht virtuell an einem Event teilgenommen haben

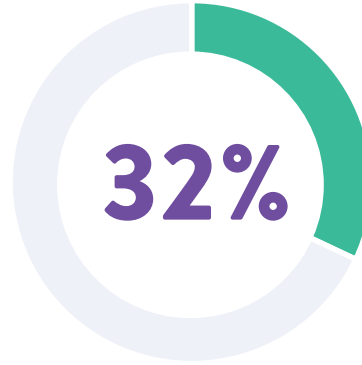
Hinzukommt, dass für Teilnehmer, welche virtuell an Events in der Vergangenheit teilgenommen haben, es äußerst wichtig ist auch in Zukunft auf diese Weise teilnehmen zu können.

„Ich würde an mehr Events teilnehmen, wenn diese die virtuelle Teilnahmemöglichkeit anbieten würden“



Teilnehmer, die virtuell an einem Event teilgenommen haben

VS



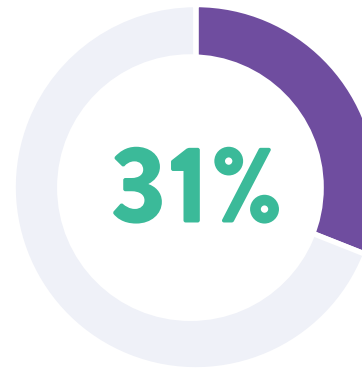
Teilnehmer, die nicht virtuell an einem Event teilgenommen haben

Unterschied zwischen Teilnehmern, die im Jahr 2019 an mehr Events teilnehmen werden als in 2018



Teilnehmer, die virtuell an einem Event teilgenommen haben

VS



Teilnehmer, die nicht virtuell an einem Event teilgenommen haben

Da stellt sich die Frage, warum die virtuelle Teilnahme so eine attraktive Option für viele Befragten ist? Dazu ist es hilfreich sich auch die größten Stressfaktoren einer Eventteilnahme anzuschauen – „außer Haus zu sein“ und „Eventlogistik“.

## TOP 5 STRESSFAKTOREN

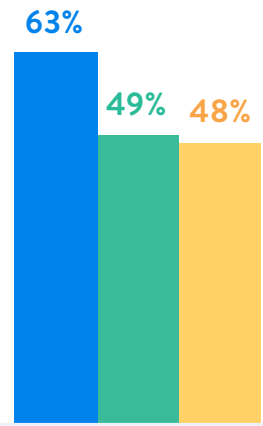
- Von Zuhause und den Geliebten weg zu sein
- Zu und von dem Veranstaltungsort zu kommen

- Vom Büro weg zu sein
- Auf der Arbeit Schlüsselinhalt in Handlungen umzusetzen

- Zwischen zwei Sessions wählen zu müssen, die zur selben Zeit stattfinden

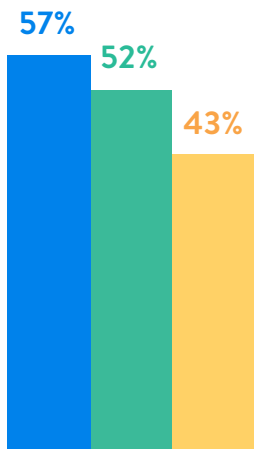
Die virtuelle Teilnahme bietet demnach also vor allem eine Alternative für diejenigen Personen an, welche aus Kostengründen oder wegen ihrer Abneigung gegenüber der/ Unmöglichkeit zur Anreise am Event nicht teilnehmen könnten.

„I würde an weiteren Events teilnehmen, wenn es die Kosten rechtfertigen würde, die damit verbunden sind“

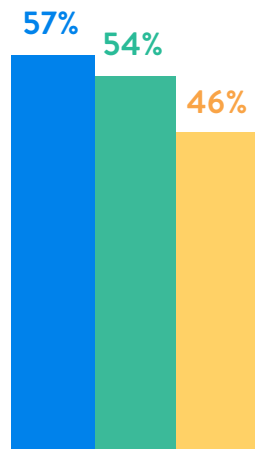


■ Vereinigte Staaten    
 ■ Vereinigtes Königreich    
 ■ Deutschland

## TOP 3 ANREGUNGEN MEHR EVENTS ZU BESUCHEN



Günstiger




Besserer geographischer Veranstaltungsort



Näher am Wohnort





# Event-Apps für Mobilgeräte: ein – nicht mehr ganz so geheimes – Erfolgsrezept

Der Einsatz von Event-Apps für Mobilgeräte ermöglicht bessere, informativere und ansprechendere Veranstaltungen.



Während Mobile-Apps bei einem Event nicht vorausgesetzt werden, ist die Benutzung durch die Teilnehmer sehr hoch, wenn diese von ihrer Verfügbarkeit in Kenntnis gesetzt worden sind.

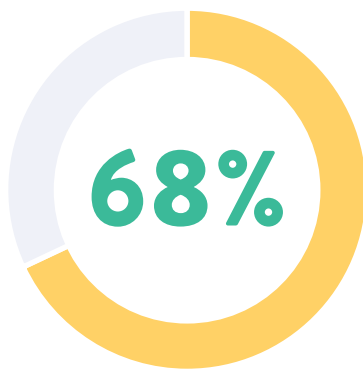


**1 VON 4 TEILNEHMERN  
BERICHTEN, DASS ES BEI  
IHREM ZULETZT BESUCHTEN  
EVENT EINE MOBILE  
EVENT-APP ZUM  
HERUNTERLADEN GAB**



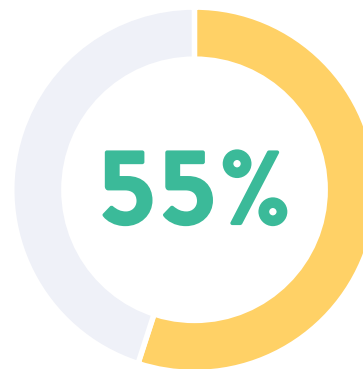
**3 VON 4 TEILNEHMER  
BENUTZTEN DIE EVENT-  
APP, WENN SIE VON IHRER  
VERFÜGBARKEIT WUSSTEN.**

Teilnehmer, die eine Event-App benutzten, erlebten das Event gesamtseitlich positiver.



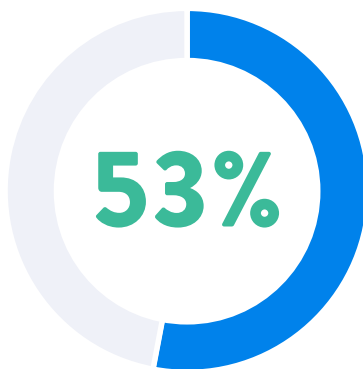
Teilnehmer, die eine Mobile App benutzten

VS



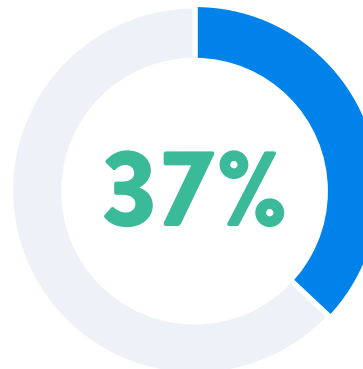
Teilnehmer, die keine Mobile App benutzten

Hinzukommt, dass Event-App Benutzer geneigter sind an weiteren Events im Jahr 2019 teilzunehmen.



Teilnehmer, die eine Mobile App benutzten

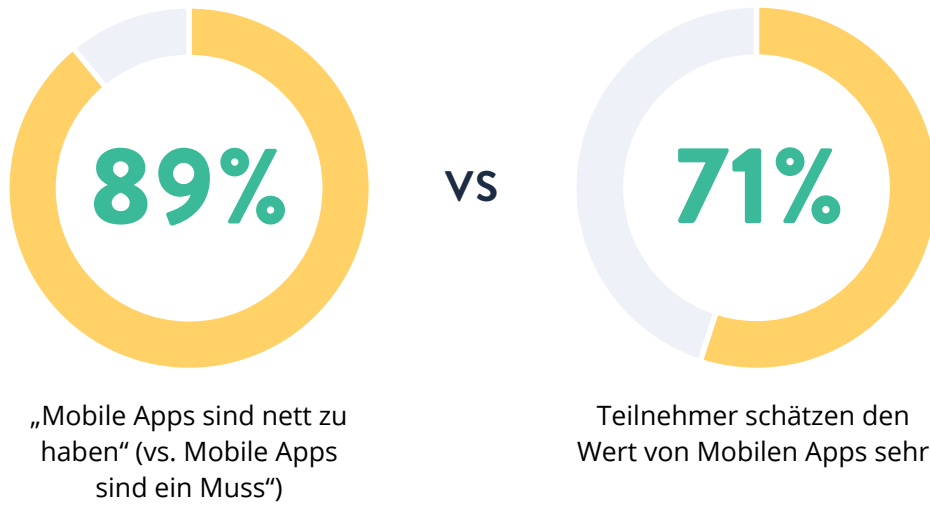
VS



Teilnehmer, die keine Mobile App benutzten

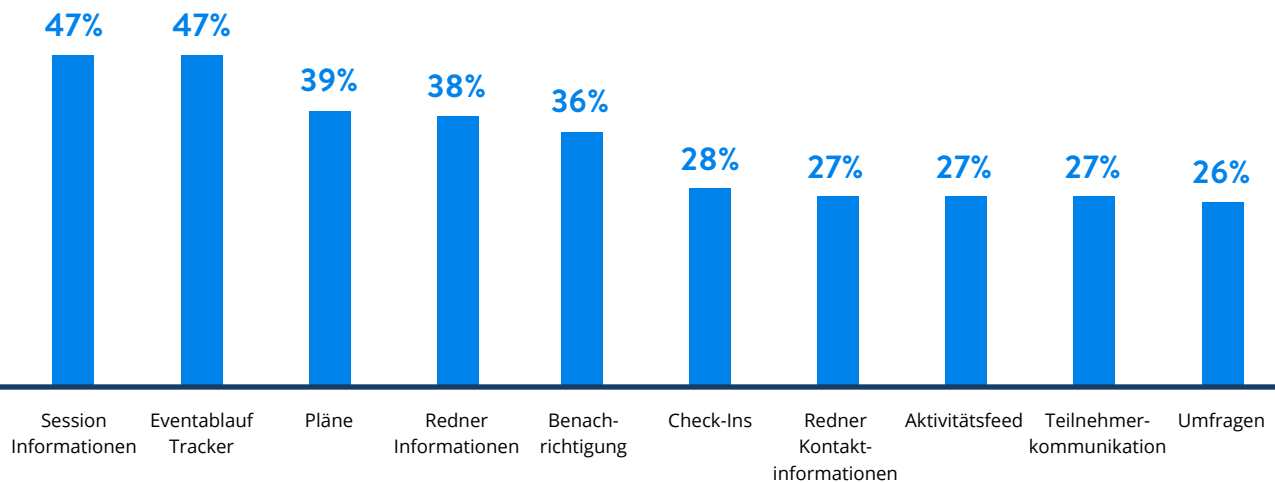


Auch wenn Event-Apps als „nett zu haben“ angesehen werden, fanden die Benutzer diese äußerst nützlich.



Mobile Event-Apps reduzieren Stressfaktoren, indem sie Eventteilnehmer dabei helfen ihren Tag zu planen, sie durch den Veranstaltungsort zu navigieren und wertvolle Verbindungen zu knüpfen.

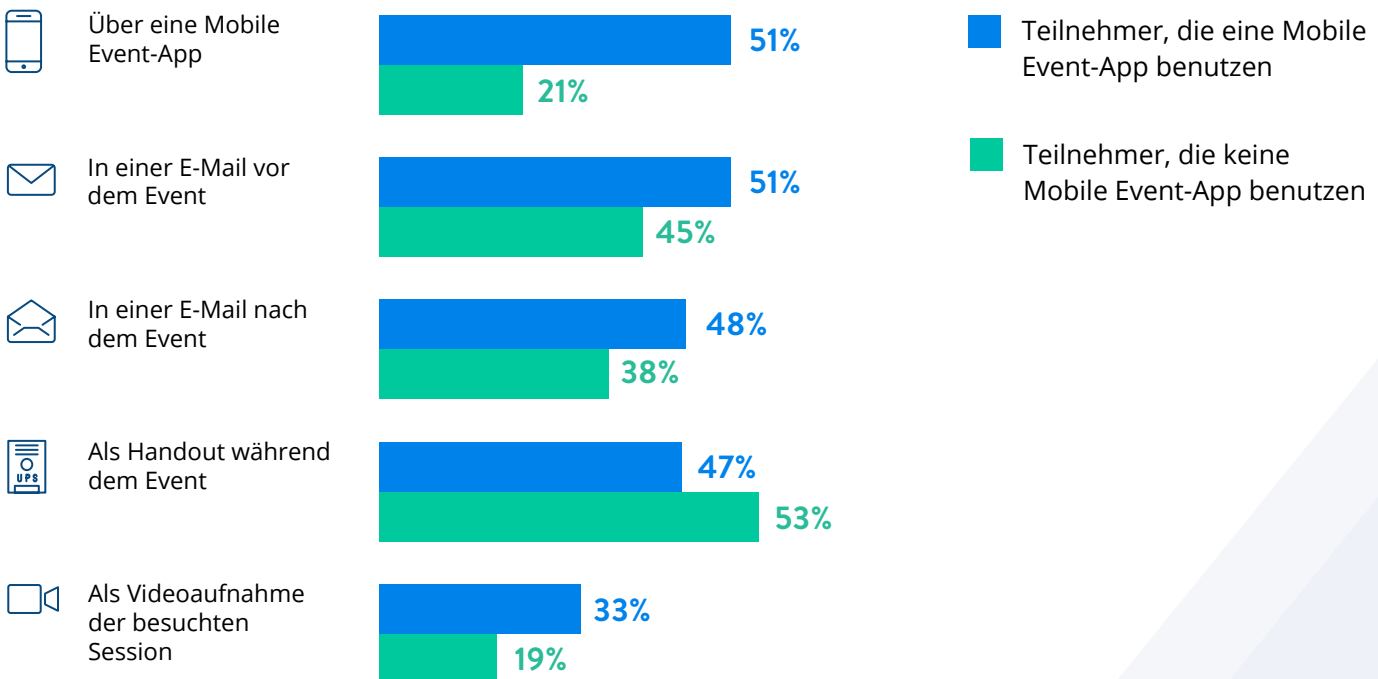
## TOP 10 FUNKTIONEN VON MOBILE EVENT-APPS



Neben logistischen Aspekten möchten Eventteilnehmer, dass Mobile Event-Apps als ein Hub für alle Inhalte des Events dienen.



## PRÄFERENZEN BEI DER VERMITTLUNG VON INHALTEN





# Länderübergreifende Ähnlichkeiten von Eventteilnehmern

Zwar ergeben sich je nach Land und Region einige Unterschiede, doch zukünftigen Eventteilnehmer sind sich im Grunde sehr ähnlich. Event-Experten sollten allerdings berücksichtigen, wie sich der Generationswechsel auf das derzeitige ideale Teilnehmererlebnis auswirkt.

Millennials besuchen Events mit derselben Häufigkeit wie anderen Generationen, diese Besucherrate könnte sich im nächsten Jahr allerdings noch weiter erhöhen.

3

EVENTBESUCHE IM DURCHSCHNITT IM LETZTEN JAHR

Teilnehmer, die 2019 mehr Events besuchen werden als in 2018.

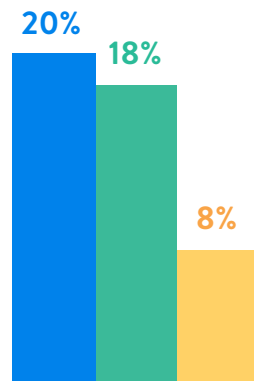


43% Millennials  
33% Gen X  
20% Baby-Boomers

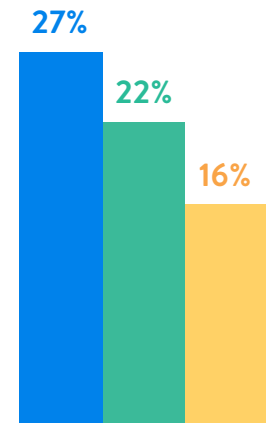
Millennials empfinden ihre Eventteilnahme und -erfahrungen im Verhältnis zu anderen Generationen allerdings als stressiger und benötigen daher mehr Unterstützung und Führung als andere Altersgruppen.

■ Millennials      ■ Gen X      ■ Baby-Boomers

„Ich verabscheue es an Fachevents teilzunehmen“



„Mein zuletzt besuchtes Fachevent war eine stressige Erfahrung“

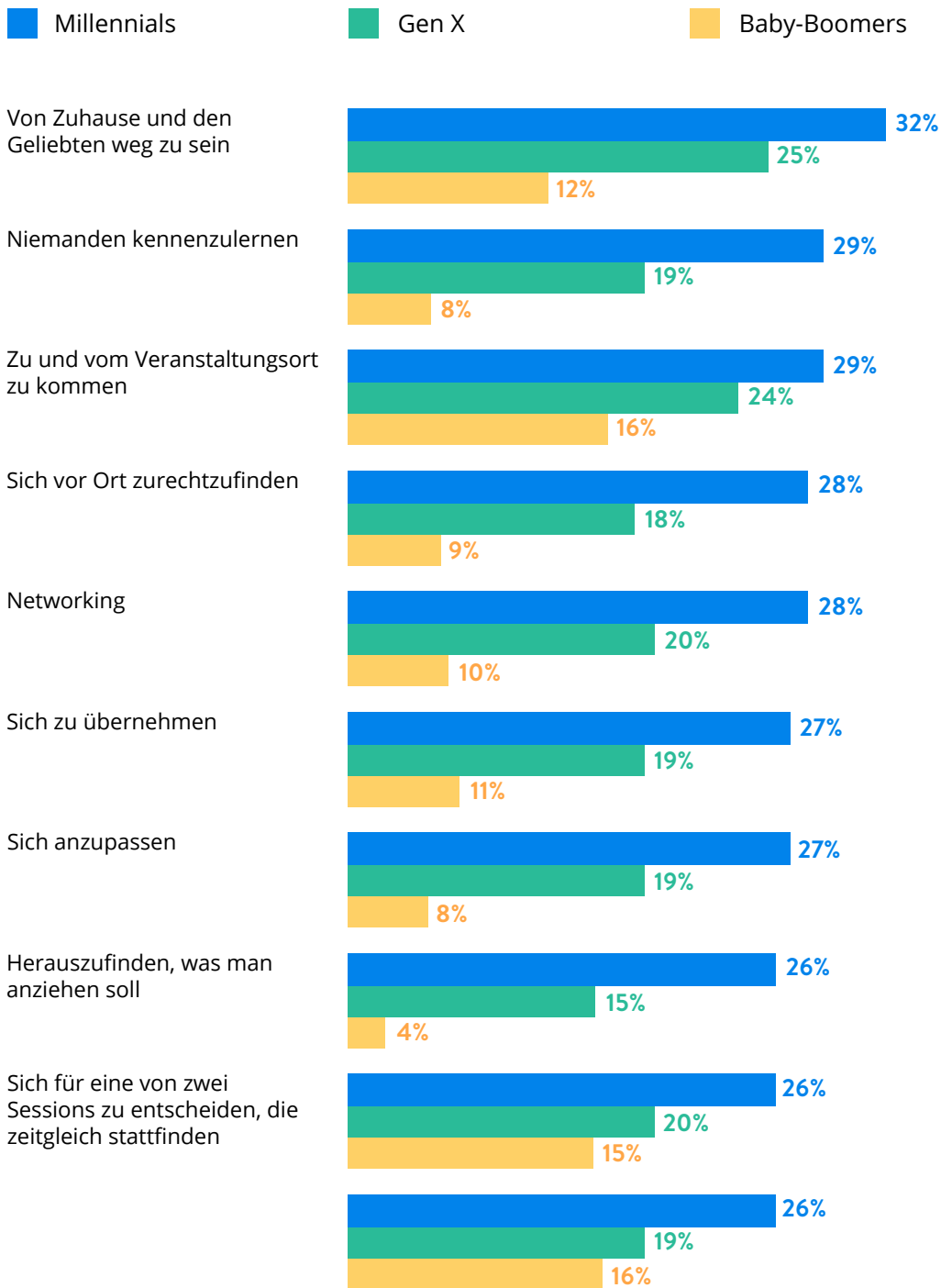


Millennials haben höhere Stresslevels als andere Generationsgruppen, vor allem betrifft dies die gesellschaftlicheren Aspekte bei Veranstaltungen.





# TOP 10 STRESSFAKTOREN FÜR EVENTTEILNAHMEN





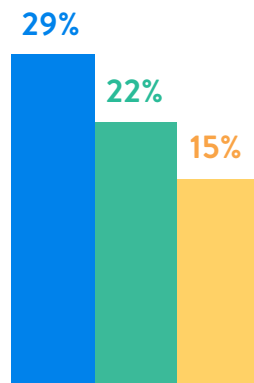
Networking kann zu einem größeren Unwohlsein der Teilnehmer führen, da diese Schwierigkeiten haben könnten, aus ihren Komfort-Zonen auszubrechen.

■ Millennials

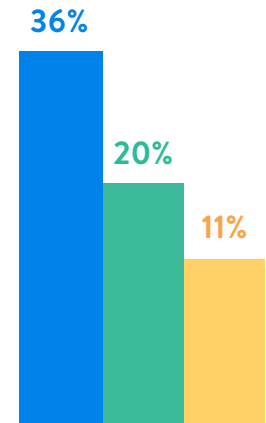
■ Gen X

■ Baby-Boomers

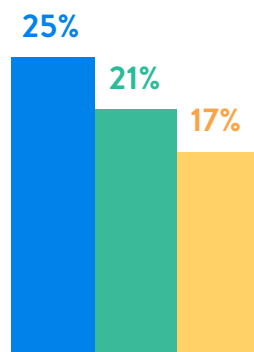
„Ich fühle mich unwohl beim Networking mit anderen Teilnehmern“



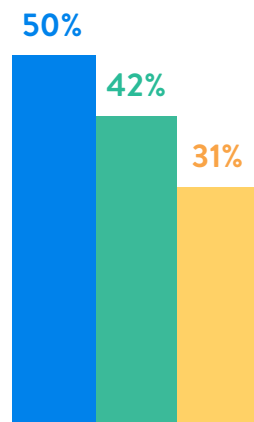
„Ich finde es schwer aus meiner Komfort-Zone auszubrechen und mit Leuten bei Fachevents zu reden, die ich nicht kenne“



„Ich nehme an Fachevents teil, weil sie Spaß machen“ (vs. „Ich besuche Fachevents, weil ich viel lerne“)

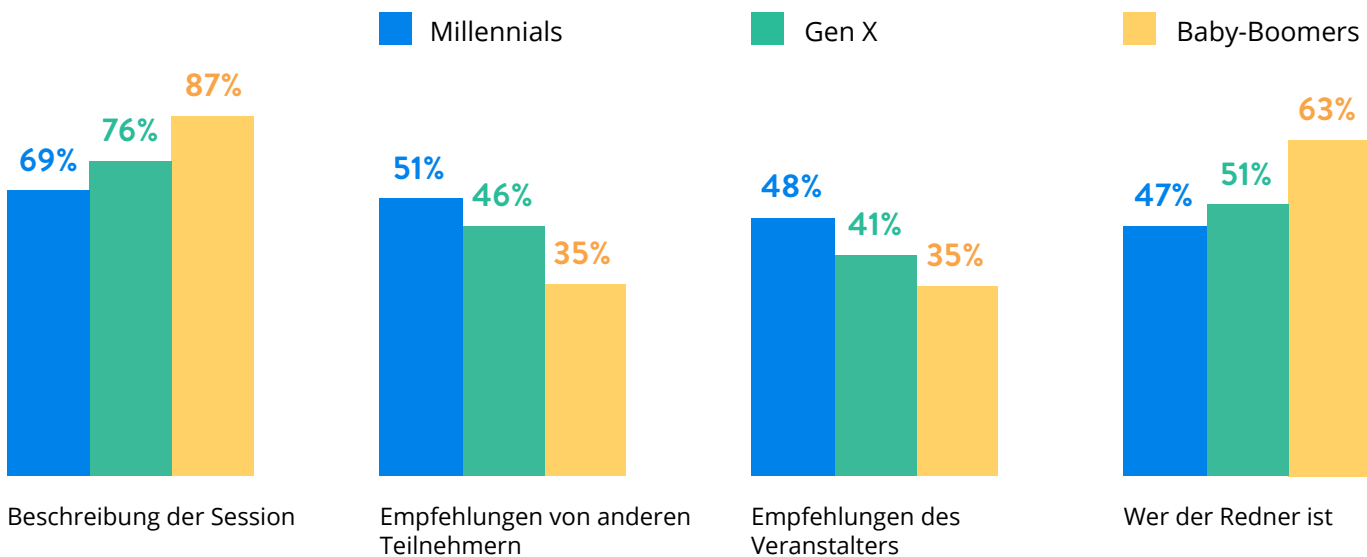


Die Bedeutung von gesellschaftlichen Eventaspekten, z.B. Happy Hours



Weil sich die Mehrheit auf die Beschreibung von Sessions verlässt, greifen vor allem Millennials auf die Empfehlungen des Eventveranstalters zurück.

## WIE TEILNEHMER SICH FÜR EINE SESSION ENTSCHEIDEN



Vor allem ausschlaggebend sind Empfehlungen, die auf ihre Interessen und ihre vergangenen Eventteilnahmen zugeschnitten werden.

## PRÄFERENZEN BEI DER PERSONALISIERUNG VON EVENTS

Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf, hätte ich gerne die Möglichkeit **Empfehlungen für Event Sessions** zu erhalten

63%

59%

48%

Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf, **wünsche ich mir empfohlen zu bekommen, mit welchen Eventteilnehmern** ich in Kontakt treten sollte

59%

54%

43%

Basierend auf meiner Branche und meinem Beruf hätte ich gerne **einen vollständigen Veranstaltungsplan im Vorfeld des Events**, welcher u.a. enthalten soll, welche Sessions und Networking Möglichkeiten ich besuchen soll und wo ich am Besten essen gehen kann

58%

58%

45%

Basierend auf meinen bisherigen Eventteilnahmen, hätte ich gerne **Empfehlungen für weitere Fachveranstaltungen**, die ich besuchen könnte

54%

52%

42%

Ich hätte gerne einen **Concierge Service**, welcher mir über die gesamte Veranstaltung hinweg, von der Registrierung bis hin zu meiner Reise nach Hause, aushilft

39%

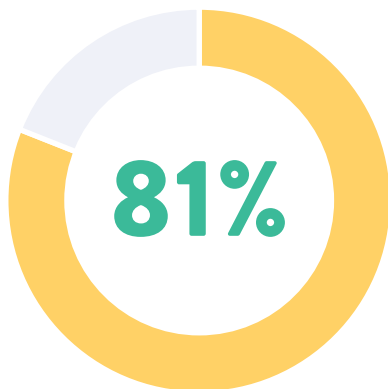
32%

17%

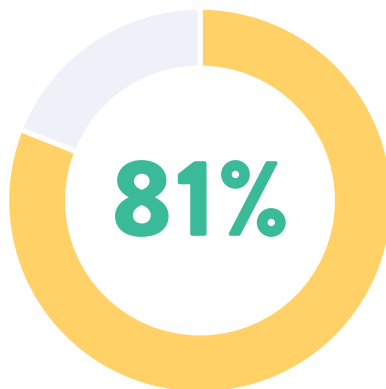


Mobile Event-Apps werden zukünftig an Bedeutung zunehmen, da die beiden Generationsgruppen Millennials und Gen X angaben diese zu benutzen wenn sie zur Verfügung stehen würden.

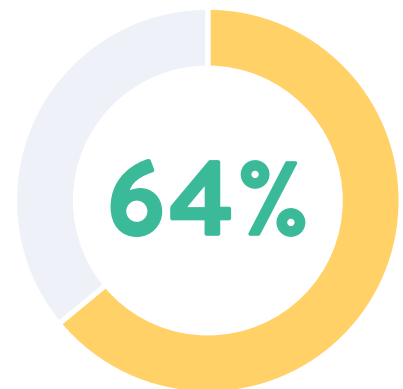
## TEILNEHMER DIE EINE MOBILE EVENT-APP BENUTZEN



Unter Millennials



Unter Gen X



Unter Baby-Boomers





# Was hat sich in den letzten drei Jahren verändert?

Technische Neuerungen und Innovationen haben sich in beträchtlichem Maße auf die Veranstaltungsorganisation ausgewirkt.

# VERÄNDERUNGEN IN DER US: 2015 VS. 2018

## Event Teilnahme

fiel in den vergangenen Jahren von einem Durchschnitt an 4,6 Events pro Jahr in 2015 auf 3,5 Events pro Jahr in 2018

## Event Typen

könnten sich verändern – Die Teilnahme an Events, die einen oder weniger als einen Tag dauerten, erhöhte sich von 35% auf 38% in 2018

## Wiederkehrende Teilnehmer

(Teilnehmer die 6 oder mehr Events im Jahr besuchen) Mehrheit arbeitet nicht wie ehemals im Jahr 2015 mehr in der Tech Industrie, sondern im Bildungswesen

In der Eventbranche haben sich einige kleinere Veränderungen ergeben.

## Fazit

Die Eventbranche entwickelt sich weiter – sowohl im Hinblick auf die Wünsche und Bedürfnisse der Teilnehmer als auch im Hinblick auf die technischen Lösungen, welche diese über den gesamten Event-Lebenszyklus hin begleiten. Dieser Bericht bietet Event-Experten wichtige Einblicke in das Erleben der Teilnehmer und enthält nützliche Tipps für eine erfolgreiche Veranstaltungsplanung. Dabei wird deutlich, dass die Verhaltensweisen der Eventteilnehmer in den USA, Großbritannien und Deutschland komplex und verschiedenartig sind. Event-Experten sollten diese Erkenntnisse berücksichtigen, um ansprechende, informative Veranstaltungen anzubieten, die sich in finanzieller und zeitlicher Hinsicht auszahlen.

