

Ausgangslage:

Um einen besseren Überblick über die Struktur des Freiburger MICE Markts zu bekommen, hat das Convention Bureau das „**Monitoring MICE**“ in den Fokus genommen.

Zur Erfassung und Auswertung der Daten zu Veranstaltungen in den Locations ab ca. 100 px wurde das EITW - Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH beauftragt. 2006 wurde das Institut gegründet als An-Institut der Hochschule Harz für spezielle Forschungsthemen und Projektarbeiten zum Tagungs- und Kongressmarkt. Das EITW untersucht jährlich den gesamten MICE Markt in Deutschland und bietet spezielle Studien für Städte an.

Es wurden im Februar bis März/April 2020 **85 Veranstaltungsstätten** in Freiburg befragt. **Die Rücklaufquote liegt bei 24,1%.**

Ergebnisse:

Anbieterübersicht (Locations)

Von den 85 Veranstaltungsstätten in Freiburg machen die Eventlocations zwei Drittel des Marktes aus. Insgesamt ist der Markt von vielen kleineren Locations und Tagungshotels bestimmt, 40 Prozent der Veranstaltungsstätten liegen mit ihren Kapazitäten im größten Raum bei unter 100 Sitzplätzen.

Auslastung Locations

2019 waren die Veranstaltungsstätten in Freiburg durchschnittlich um 3 Tage weniger ausgelastet als im Bundesdurchschnitt. Der Anteil der weniger lukrativen Sperrtage liegt in Freiburg mit 32 % allerdings deutlich höher als im deutschlandweiten Schnitt (21 %).

Veranstaltungen mit Übernachtung

Der Anteil an **Veranstaltungen mit Übernachtung** liegt in Freiburg bei 26 %. Im Vergleich zu Deutschland: 32%

Internationalität der Veranstaltungen

Besonders hoch ist der Anteil an **internationalen Veranstaltungen** (8,9%) in Freiburg in den Eventlocations mit 11,3%, gefolgt von den Tagungshotels mit 10,0%. In den Veranstaltungszentren sind 3,3% der Veranstaltungen international.

Auf Bundesebene (insgesamt 7,1% internationale Veranstaltungen) haben die **Tagungshotels mit 9,3% den höchsten Anteil** unter den Veranstaltungsstätten-Arten erzielt; die Veranstaltungszentren verzeichnen mit 6,3% einen höheren Anteil als in Freiburg.

Der Anteil **ausländischer Teilnehmer** liegt in Freiburg mit 12,8% zu 10,2% über dem Deutschland-Wert. Die geographische Lage mit der Nähe zur Schweiz und zu Frankreich begünstigt die Internationalität der Destination.

Fazit: Messe und Konzerthaus können den Anteil an internationalen Veranstaltungen stärker ausbauen. Das CB sollte das Potenzial nutzen, um auch vermehrt europäische Verbände für die Destination zu interessieren!

Veranstaltungsarten

Kongresse, Tagungen und Seminare dominieren den Markt – in Freiburg (46,7%) sind sie allerdings etwas weniger stark vertreten als im deutschen Durchschnitt (57,7%). Freiburg weist bei Social Events und Festivitäten deutlich höhere Anteile auf als der deutsche Durchschnitt.

Der Anteil **kongressbegleitender Ausstellungen** liegt in Freiburg mit 9% unter dem Anteil in Gesamtdeutschland (15%).

Fazit: Als Marketingschwerpunkt der Häuser können diese sich auf Fachkongresse mit begleitender Ausstellung fokussieren.

Die Anbieter in Deutschland schätzen den Anteil der **hybriden Veranstaltungen** mit 13,7 % ein. In Freiburg erreichen die hybriden Veranstaltungen einen geschätzten Anteil von 11,8 %. Momentan bedienen in Freiburg die Veranstaltungszentren diese Bedürfnisse am besten.

Die Anbieter in Freiburg sind bei den technischen **Lösungen für moderne Veranstaltungen** gedanklich teilweise schon weiter als die übrigen Anbieter in Deutschland.

Branchenkompetenzen

In Freiburg überwiegen Veranstaltungen aus der **Medizin und Gesundheit** gefolgt von **Technologie und Innovation**. Laut Kompetenzfelder-Atlas des German Convention Bureau ist Freiburg stark in den Feldern Chemie und Pharma, Technologie und Innovation, erneuerbaren Energien sowie dem Gesundheitswesen. Nicht alle Kompetenzfelder sind im gleichen Maße veranstaltungsintensiv.

Als sonstige Branchen wurden in Freiburg Kulturveranstalter, Öffentlicher Dienst und Fortbildungsveranstalter genannt.

Die Freiburger Anbieter sehen hier einen ganz **eindeutigen Zusammenhang zwischen Veranstalter-Branchen und den angesiedelten Wirtschaftsbranchen der Region**. Der Wert der Zustimmung übersteigt den bundesweiten Anteil und deckt sich mit der Veranstalter-Einschätzung.

Fazit: Dementsprechend sollten die Synergie-Effekte mit den einzelnen standortprägenden Erscheinungsformen über die FWTM weiter forciert werden und beispielsweise ein Augenmerk auf Veranstaltungen aus der Branchenkompetenz Umwelt & Nachhaltigkeit gelegt werden.

Bevorzugte deutsche Großstädte von Veranstaltungsplanern

Seit der letzten Veranstalterbefragung 2018 hat sich am Ranking der TOP 3 Städte Berlin, München und Frankfurt am Main nichts geändert. Unter „Weitere beliebte Ziele“ wurde auch Freiburg genannt und nimmt hinter Heidelberg zusammen mit Regensburg (unter den Historic Highlights of Germany) den **zweiten Rang** ein.

Nachhaltigkeits-Managementsysteme

Die Stadt Freiburg liegt mit ihren Nachhaltigkeits-Aktivitäten über dem bundesweiten Durchschnitt. Die Hälfte der Freiburger Betriebe verfügt über ein solches System (Bundesweit 45%)

35,7% der Veranstalter gibt an, Anbieter mit einem **nachhaltigen Zertifizierungssystem** bei der Buchung zu bevorzugen.

Wichtig zu erfahren sind auch die Beweggründe für die Entscheidung zu zertifizierten nachhaltigen Anbietern: Für nahezu 3 von 4 Veranstaltern sind die eigene Firmenphilosophie und die Erwartung besserer Qualität die wichtigsten Gründe.

Fazit: der Bereich Green Policy, der auf der Website des Convention Bureaus im Locationfinder implementiert wird, ist eine wichtige Vermarktungsgrundlage und sollte künftig im Destinationsmarketing wie bei allen Häuserwebsites weiter ausgebaut werden! Das Thema ist in der gesamten Marketingkommunikation schwerpunktmäßig einbinden.

Wird die Nachhaltigkeit als Trend erkannt?

Anbieter in Deutschland und Veranstalter sind zu gleichen Anteilen überzeugt, dass die nachhaltige Veranstaltungsausrichtung ein zukunftsweisender Trend ist, in Freiburg liegt der Anteil bei über der Hälfte der Anbieter. Für den Großteil der

nationalen Anbieter und der Veranstalter zählt dieser Trend auch zu den Themen mit Potential und sie halten ihn für noch ausbaufähig.

In Freiburg gehen auch viele Anbieter von einer Stagnation aus – was sich auch durch den bereits recht hohen vorhandenen Level vor Ort begründen lässt, wodurch nicht mehr so viel Raum zum Ausschöpfen gegeben ist.

Fazit: Bei nachhaltiger Veranstaltungsausrichtung sind deutsche Anbieter und Veranstalter sich in Bezug auf die zukünftige Bedeutung einig, in Freiburg liegt der Anteil noch deutlich höher.

Kurze Zusammenfassung

Veranstaltungen und Teilnehmer in Freiburg

In Freiburg fanden 2019 rund 13.250 Veranstaltungen mit 1,491 Mio. Teilnehmern statt.

Zentrale Ergebnisse und Perspektiven

- **Auslastung der Anbieterbetriebe**

Die Zahl der Belegtage liegt in Freiburg im Vergleich zu Deutschland kaum unter dem Durchschnitt, allerdings ist in Freiburg der Anteil der Sperrtage (Auf- und Abbau) deutlich höher.

- **Freiburg mit internationalem Publikum gut aufgestellt**

Die Anteile von internationalen Veranstaltungen sowie von ausländischen Teilnehmern liegen in Freiburg über dem deutschen Durchschnitt. Ausländische Veranstalter kommen vor allem aus der Schweiz, Frankreich und GB.

- **Hybride Veranstaltungen**

Der Einsatz hybrider Bestandteile in Freiburger Veranstaltungsbetrieben geht mit dem bundesweiten Verhalten einher, übertrifft dieses bisweilen: z.B. besonders Nutzung mobiler Anwendungen und Live-Stream.

- **Branchenkompetenzen klar erkannt**

Die Mehrheit der Freiburger Anbieter sieht einen Zusammenhang zwischen den Veranstaltern und den Branchenkompetenzen. Das ganzheitliche Stadtmarketing leistet hier einen wichtigen Beitrag zum Veranstaltungserfolg.

- **Prognosen für die Zukunft**

63 Prozent der Anbieter in Freiburg gingen im Befragungszeitraum von einer gleichbleibenden oder verbesserten Buchungslage für 2020 aus.

- **Wichtigste Branchen**

In Freiburg zählen die Branchen „Medizin und Gesundheit“ und „Technologie und Innovation“ zu den veranstaltungsintensivsten Branchen, die sich auch mit der Branchenkompetenz der Stadt decken.



Nächste Schritte:

Was bedeuten die Ergebnisse für die Destination FR?

Wir kennen jetzt das MICE-Marktvolumen und dessen Strukturen für die Stadt Freiburg, was die Basis für erfolgreiches Marketing darstellt.

- Wir sollten den Branchenkompetenz-Ansatz weiterverfolgen und das Phänomen Nachhaltigkeit des MICE-Marketings herausstellen (FR ist gut aufgestellt). Marketing- und Kommunikationsstrategie sind weiterhin entsprechend auszurichten.
- In diesem Zusammenhang sollten wir die Potentiale hybrider Veranstaltungen nutzen. Ein enges Vernetzen mit den Partnern zu diesem Thema und Unterstützung bei der Implementierung „pauschaler“ hybrider Veranstaltungsformate in den Locations wäre ein erster Schritt, unterstützt durch das Convention Bureau.

- Die Ergebnisse zeigen, dass wir uns mit weiteren Europäischen Märkten beschäftigen sollten.

Rücklauf des Monitorings 24,1% (ca. 20 von ca. 85 Betrieben): Um die zukünftige Rücklaufquote weiter zu steigern, sollten wir den teilnehmenden Betrieben einen Anreiz geben, beim Monitoring mitzuwirken. Allerdings ist auch zu beachten: 2020 ist schwieriges Jahr für den Rücklauf gewesen: FR ist Ende Februar/ März in die Befragung eingestiegen und die Corona-Krise hat das Nachhaken erschwert.

Input aus dem Monitoring für die Leistungsträger (und für uns als CB)

- Das Thema **hybride Veranstaltungen** (über alle Betriebsarten) besetzen: insbes. müssen die Tagungshotels u. Eventlocations den Veranstaltungszentren hier verstärkt folgen
- Bei der **Nachhaltigkeit** (neben der Digitalisierung das zweite Mega-Thema) weiter am Ball bleiben
- Bei den wichtigsten Branchen (Medizin/Gesundheit u. Technologie/Innovation) auf die **Netzwerkaktivitäten und Austausch mit den Clustern** achten (Kooperation vertiefen).
- **Energie/Umwelt** stärker in den Fokus nehmen, um sich als nachhaltige Destination weiter zu positionieren.
- Perspektivisch den **geografischen Vorteil für internationale Veranstaltungen nutzen** (derzeit Corona-bedingt) etwas schwieriger.