

# m:con VISIONS

**WISSEN: Ritterschlag vom Weltverband** Scott Taylor und sein Erfolgsrezept für die „Marke Glasgow“. **MARKT: Regeln brechen kann Marken brechen** Wo der Deutsche Werberat seine Grenzen zieht. **MAGAZIN: Wissenschaftsstandort Gießen** Das Land Hessen verkauft ein Universitätsklinikum – und alle sind glücklich. **METROPOLREGION: Klang der Quadrate** Popakademie-Professor Udo Dahmen über Musik – made in Mannheim.

**KARRIERE: Begehrte Jobs** Der Trend geht zum Event.

## Zukunft der Kongressbranche Perspektiven



„Kongresse wird es immer geben. Keine Satellitenübertragung kann den persönlichen Austausch oder wissenschaftliche Fachgespräche ersetzen, technische Innovationen werden allerdings den klassischen Kongressablauf beeinflussen und ergänzen. Elektronische

Posterausstellungen sind ein gutes Beispiel dafür. Die Anzahl der Großkongresse wird sicherlich nicht mehr steigen, europaweit gibt es derzeit etwa 50 Großkongresse mit 10.000 Teilnehmern und mehr. Eine Steigerung der Anzahl von Großkongressen, wie sie in den USA oder in Japan durchgeführt werden, erwarte ich für Europa nicht. In China und Indien entstehen derzeit gigantische Kongressklötze. In den nächsten Jahren könnte sich die Rotation von Weltkongressen auf diesen Teil des Globus fokussieren, rein europäische Verbände werden ihre Kongresse sicherlich weiter in Europa stattfinden lassen. Auch Kleinkongresse mit 200 bis 300 Teilnehmern bleiben ein wichtiger Bestandteil der Kongresslandschaft. Gerade wissenschaftliche Themen lassen sich in kleinen Gruppen besser diskutieren.

Insgesamt gilt, dass Kongresshäuser sich in Zukunft anders aufstellen müssen. Eine reine Flächenvermietung wird nicht mehr genügen. Add-Ons und Dienstleistungen werden ein wichtiger Bestandteil des Angebotes sein; die Kongresshäuser werden sich in Zukunft immer mehr – hoffentlich in Fairness – diesbezüglich vergleichen lassen müssen. Das ‚etwas mehr‘ an Dienstleistung wird innovative Kongresshäuser von der breiten Masse unterscheiden.“

**Thomas Rupperti**, Vorstand Austria Center Vienna



„Allgemeine Trends in der Industrie werden auch die Kongressbranche beeinflussen. Schon heute beobachten wir, dass Firmen sich ‚vermarkten‘ müssen, um neue Mitarbeiter zu gewinnen und vorhandene zu halten. Dieser Trend wird alle serviceorientierten Betriebe

treffen, Kongresshäuser eingeschlossen. Spannend ist die Rolle der PCO. Der Trend zum Outsourcing hat seit dem Jahr 2000 stetig zugenommen. Wenn es den externen Dienstleistern gelingt, ihre Stellung zu festigen, könnte sich dort in den kommenden Jahren eine erhebliche Dichte von Entscheidungsmacht sowie Kaufkraft etablieren – zu Lasten jener Veranstalter, die auf zentrale Steuerung setzen. Die Kongresshäuser der Zukunft werden insgesamt flexibler sein als Reaktion auf die steigende Komplexität der Veranstaltungen. Außerdem bin ich der Ansicht, dass die Kongresshäuser der Zukunft sich architektonisch und kulturell deutlich unterscheiden werden, weil sie lokale Alleinstellungsmerkmale hervorheben.“

**Barbara Maple**, Präsidentin der Association Internationale des Palais de Congrès (AIPC)



„Die Entwicklung in der Kongressbranche hängt auch von der technischen Entwicklung ab. Mit dem Internet hatten wir einen Quantensprung in der technischen Entwicklung. Darüber waren wir in der Kongressbranche anfangs

besorgt. Aber es zeigte sich schnell, dass das Internet als überall verfügbares Medium sehr positiv für uns ist. Die Qualität der Kongresse hat sich dadurch verbessert, auch weil begehrte Referenten, die keine Zeit haben persönlich anwesend zu sein, über das Internet zugeschaltet werden können. Die weitere Zukunft der Kongressbranche sehe ich sehr positiv. Natürlich reicht es nicht aus, zu warten, dass das Haus gebucht wird. Als Betreiber muss man selbst kreativ werden und sich Nischen suchen. Dabei sollte man Themen aufgreifen, bei denen die eigene Kompetenz und der Background nachvollziehbar sind. Wir in Innsbruck haben uns beispielsweise jenen Fragen verschrieben, die den Alpenraum betreffen. Der ‚Klimawandel im Alpenraum‘ ist nur ein Thema, das wir anbieten möchten. Das Klimathema wird uns sicher lange begleiten. Hier können wir Impulsgeber sein. Das bedeutet allerdings auch, ein gewisses Risiko zu tragen. Kongresshäuser werden in Zukunft eher Partner und Berater als Vermieter sein.“

**Direktor Georg Lamp**, Direktor der Congress und Messe Innsbruck GmbH