



Veranstaltungsplanung

Zehn MICE-Megatrends

Wertewandel, Kostenbewusstsein, moderne Technologie: All dies führt dazu, dass Veranstaltungen morgen anders sein werden als heute. Für BizTravel haben zwei Experten in die Glaskugel geschaut.

TEXT: OLIVER GRAUE

Die Reizwörter heißen Speed Dating, Bar Camp oder Compliance: Der Veranstaltungsmarkt erlebt derzeit einen drastischen Wandel. Das betrifft zum einen die Eventformate selbst: „Mit der klassischen Veranstaltung locken Firmen heute immer weniger Menschen“, sagt Trendbeobachter Matthias Haas. MICE-Formen wie das Bar Camp ohne Tagesordnung sind auf dem Vormarsch.

Aber auch strategisch ändert sich eine Menge: Verstärkt nehmen die Unternehmen

den Veranstaltungseinkauf in ihren Fokus – um mögliche Sparpotenziale auszureizen. Dabei behilflich ist ihnen die Technik: Spezielle Online-Angebote wie meetingmasters.de, miceportal.de, tagungshotel.com oder planzplan.de machen Tagungsbuchungen schneller, einfacher und vor allem günstiger – weil sich auf einen Blick erkennen lässt, welches Hotel den besten Preis bietet. Eine umfassende Statistik (Reporting) bringt zudem Licht in den bis dato oft vorhandenen Kostenschun- gel. Und zu all diesen Änderungen gesellt

sich schließlich der allgemeine Wertewandel: „Ökologische Nachhaltigkeit sowie Forderungen nach Ehrlichkeit und Transparenz werden dort sichtbar, wo sich Menschen real treffen, also auch bei Firmen-Meetings, Kongressen und Incentives“, sagt Markus Schmidt, Chef des Eventanbieters Intergerma und Veranstalter des Treffens „Werte2.0“.

Was wird sich ändern? BizTravel hat mit Gerhard Bleile, Vorstandsvorsitzender der Vereinigung Deutscher Veranstaltungsorganisa- toren, gesprochen. >

So wird MICE: Was der Trendbeobachter sagt

Trends im hart umkämpften MICE-Revier sind so wankelmütig wie das Wetter – für **MATTHIAS HAAS**, Unternehmensberater und „Trendbeobachter“, stimmt diese Aussage nicht. Für ihn sind Megatrends nicht nur deutlich erkennbar. „Sie halten sich auch länger – nämlich bis zu 15 Jahre“, sagt Haas. Seine vier wichtigsten Trends:

► OPEN UP YOUR MIND: VERANSTALTUNGS-KIDNAPPING

Greenpeace „kidnappt“ öffentlich einen VW-Stand für seine Ziele – das ist Realität. Veranstaltungs-Kidnapping ist angekommen in Deutschland, und Kontrolle ist ein Auslaufmodell, auch dank Social Media. Zukunftsfähig ist, wer offen mit Kritik umgeht, seine Vorteile, aber auch seine Fehler öffentlich macht und sein Denken um „Unvorhergesehenes“ erweitert.

► NICHTS FÜR WARMDUSCHER: IDEENKLAU

MICE-Veranstaltungen sind dann hip, wenn ihre Teilnehmer vorab wissen, was sie erwartet. Wenn Ideenklau zur Positiv-Erfahrung wird, weil Meetings akzeptierte Foren sind, an denen sich Kompetenz trifft, austauscht und voneinander profitiert. Piraterie wird zum Erfolgsmodell – dann, wenn Dynamik, Risikobereitschaft und Offenheit auf der Agenda stehen.



► BELIEBT UND ASOZIAL: WEITE REISEN ZU KURZ-MEETINGS

Völlig out: zum Zwölf-Stunden-Meeting nach Mailand. Firmen, die so handeln, sind nicht erfolgreich, sondern Außenseiter. Unternehmen hingegen, die attraktive Arbeitgeber sein wollen, laden zu Mitarbeiter-treffen an nahen Wohlfühl-Orten ein, sensibel ausgewählt.

► HARTE ZEITEN: ARBEITSTIERE STERBEN AUS!

Ohne Nachwuchssorgen sind nur jene, die aktiv und zukunftsorientiert handeln und bewusst kommunizieren. Tipps vom Trendbeobachter: Ab jetzt gibt's ein E-Bike statt Firmenwagen. Das ist perfekt für die tatsächlich gelebte „Nachhaltigkeits-Denke“. Oder: Es gibt bis zu 50 Tage unbezahlten Urlaub. Das zieht neue Leute und frische Ideen in die Firma, und wirkt gegen Burn-out. Oder: Biologen, Ökologen und Umwelttechniker gehören mit ins Eventteam. Das bringt Kundennähe, Fachkompetenz und Einsatzvielfalt.