

Ergebnis Expertenbefragung: Anforderungen an Destinationen im Wandel – Herausforderungen der Zukunft an erfolgreiches Destinations-Marketing

Europas Destinationen müssen weiterdenken

Österreich | International, 01.07.15: Der Wettbewerb zwischen Destinationen wird härter. Die Welt ist im Wandel. Das ist an und für sich nichts Neues, aber es erfordert von den Destinationen ein rasches Um- und Weiterdenken. Es genügt nicht mehr, Anfragen mit klassischen Angeboten zu beantworten und ein attraktives Umfeld zu bieten. Die Manager von internationalen Verbänden erwarten sich mehr, weil auch ihre Mitglieder höhere Anforderungen an sie stellen. Was ist es, das den großen Unterschied macht? Welche Gründe werden in Zukunft für die Wahl einer Destination entscheidend sein?

Henrik von Arnold, Experte für Destination-Marketing bei ENITED Business Events hat die Geschäftsführer von sechs führenden internationalen Verbänden mit Sitz in Europa befragt. Der Experte, selbst viele Jahre Geschäftsführer der Destinationen Stockholm und Göteborg, beschäftigt sich intensiv mit den künftigen Anforderungen an Destinations-Marketing. Gemeinsam mit Ivo Franschitz, Geschäftsführer von ENITED Business Events, berät er heute Convention Bureaus und Destinationen. Hier die zentralen Ergebnisse seiner Befragung im Herbst 2015 und die Tipps des Experten zur Bewältigung wachsender Herausforderungen.

Weniger Geld, höhere Ansprüche und erschwerte Rahmenbedingungen

Die Finanzierung wird für Verbände immer schwieriger. Die Akquisition von Sponsoren verlangt hohe Manpower und neue Lösungen. Zusätzlich erschwert wird die Situation durch verschärfte Compliance-Richtlinien und höhere Ansprüche der Mitglieder. Arnold dazu: „Die Erwartungen der Geldgeber aber auch der eigenen Mitglieder steigen. Was zählt ist der berufliche Nutzen und immer weniger der Wohlfühlfaktor. Darauf sollten Convention Bureaus und Destinationen eingehen und beispielsweise ihre lokalen Netzwerke einbringen oder vorausschauend Kontakte knüpfen, sofern diese noch nicht vorhanden sind.“

Mangelnde Zeitressourcen und finanzielle Grenzen

Einige Interviewpartner sehen auch die Tendenz, dass die potentiellen Teilnehmer und Teilnehmerinnen über immer geringere Zeit- und Geldressourcen verfügen. Sie besuchen eine Top-Veranstaltung pro Jahr. Damit entsteht ein interner Wettbewerb zwischen Meeting-Anbietern. Von Arnold: „Es geht darum, der Zielgruppe Zusatznutzen anzubieten. Hier können die Destinationen Punkte machen. Sie müssen Lösungen für die aktuellen Probleme ihrer Klienten statt wie früher Kostenvoranschläge mit Wohlfühlprogramm anbieten.“ Franschitz ergänzt: „In Zukunft werden jene erfolgreich sein, die mit den Augen ihrer Klienten sehen. Das ist im Agenturbusiness nicht anders. Und sie müssen noch mehr tun, nämlich Lösungen für künftige Herausforderungen und Probleme anbieten, die ihre Klienten

vielleicht noch gar nicht erkannt haben, anstatt nur vorhandene, bereits bekannte Bedürfnisse zu erfüllen.“

Europäischen Destinationen droht Abwanderung von Kunden nach Übersee

Die seit Jahren stetig wachsende Globalisierung in allen Bereichen führt auch zu einem verstärkten Wettbewerb der Kontinente. Ein Blick über die europäischen Grenzen hinaus zeigt, dass internationale Organisationen vermehrt ihre Meetings in anderen Regionen der Welt, wie zum Beispiel Asien, abhalten. Die Gründe dafür sind vielfältig. Europäische Destinationen werden damit aber zunehmend unter Druck stehen.

Digitalisierung wird Folgen haben

Es ist noch nicht konkret abschätzbar, wie sich die zunehmende Digitalisierung, Life-Streaming und Co., auf die Meeting-Branche auswirken werden. Noch ist es nicht soweit, dass durch Nutzung der neuen Medien die persönliche Teilnahme ersetzt wird. Auch die Dauer der Veranstaltungen steht derzeit noch nicht zur Diskussion. Von Arnold dazu: „Noch gibt es keine Auswirkungen. Ich glaube jedoch, dass diese nicht mehr lange auf sich warten lassen werden. Insbesondere unter den Aspekten der zunehmenden Zeitknappheit und des Kostenfaktors für die Teilnehmer. Aber wir werden sehen.“

Was sich die Organisationen und Verbände wünschen und in Zukunft erwarten

Gegenwärtig erwarten sich die Verbände noch mehr Unterstützung und maßgeschneiderte Lösungen. Nur Unterkünfte, gute Infrastruktur und ein Kongresszentrum sowie ein attraktives Freizeitprogramm zu bieten wird in Zukunft zu wenig sein. Jene Destinationen, die heute schon vernetzt denken und agieren, werden auch in Zukunft erfolgreich sein. Neue Destinationen werden es schwerer haben sich zu behaupten. Auf der anderen Seite haben sie auch höhere Chancen, arrivierte Konkurrenten zu überholen, die noch keinen Umdenkprozess gestartet haben. Franschitz verweist auf den jüngsten Workshop, den er zu diesem Thema gemeinsam mit von Arnold in Baku gehalten hat: „Es war spannend zu erleben, wie dort Wissen aufgesaugt wird. Hier ist viel Potential, großes Engagement und Hunger nach Erfolg zu spüren. Henrik von Arnold und ich sind davon überzeugt, dass es in Zukunft für einige arrivierte Destinationen in Europa schwerer werden wird.“ Und von Arnold ergänzt: „Maßgeschneidertes Destinations-Marketing wird in den kommenden Jahren immer wichtiger werden. Destinationen müssen sich einzigartig positionieren und auch spezialisieren, wenn sie in Zukunft eine führende Rolle spielen möchten.“



Zu Henrik von Arnold * Ivo Franschitz *** Destination-Marketing**

Henrik von Arnold war mehr als 15 Jahre sehr erfolgreich als Manager und Leiter der Convention Bureaus in Göteborg und Stockholm tätig. 2007 hat er sich auf die Beratung von Destinationen konzentriert. Seit 2014 ist er Kooperationspartner von ENITED Business Events. ENITED Geschäftsführer Ivo Franschitz und Henrik von Arnold bieten für Destinationen maßgeschneiderte Marketing-Konzepte und Workshops an. Besonderer USP der Experten ist, dass sie beide Welten kennen: Von Arnold aus Perspektive der Destinationen und Franschitz aus der Sicht der internationalen Verbände, für die er seit mehr als 17 Jahren Großveranstaltungen in ganz Europa konzipiert und umsetzt.

Fact Sheet: ENITED Business Events GmbH | Sharing the idea of excellence

Sitz in Wien *** 17 Jahre erfolgreich am Markt *** in 17 Ländern und 25 Städten mit mehr als 1000 Businessevents für Marktführer tätig *** Branchen: Pharmaindustrie, Medizin, Konsumgüter, Technologie, Industriegüter, Energie, Forschung und Wissenschaft *** Member of EMBA | ICCA | PCMA | www.ENITED.eu

Rückfragen: Mag. Maria Theresia Nordegg | +43 660 156 38 38
nordegg@team4communications.at