



Event[®]
Butler



Eventbutler-Studie 2016

Business-Events in Österreich

Februar 2016 | Eventbutler GmbH | www.eventbutler.at

Eventbutler-Studie 2016

Wie relevant sind Business-Events?

Über 300 Veranstalter, Dienstleister und Besucher haben sich an Österreichs erster Studie über Business-Events beteiligt.

Eventbutler sagt Danke für das große Interesse und die rege Teilnahme!

Auf 40 Seiten haben wir für Sie die wichtigsten Ergebnisse der Studie aufbereitet:

Ab Seite 10 finden Sie die Ergebnisse aus der Perspektive von Unternehmen, die selbst Business-Events veranstalten.

Ab Seite 30 erfahren Sie, wie Besucher die Veranstaltungen beurteilen.



Eventbutler-Geschäftsführer
Christoph Hütter und Stefan Grosseck

Vorwort.

Der persönliche Kontakt mit Kunden, Partnern und Mitarbeitern im Rahmen von Business-Events ist auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation durch nichts zu ersetzen.

Die Ausrichtung von Business-Events zählt für Österreichs Wirtschaft zu den wichtigsten Instrumenten in Marketing und Vertrieb. Für zahlreiche Unternehmen ist es der mit Abstand relevanteste Kanal, um mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern auf persönlicher Ebene in Verbindung zu bleiben.

Für Eventbutler Anlass genug, die erste Studie zum Thema in Auftrag zu geben, um die Stimmung am Eventmarkt zu erheben – deren wichtigste Ergebnisse dürfen wir Ihnen mit diesem Bericht präsentieren.

Im Dezember 2015 hat das unabhängige Marktforschungsinstitut Marketagent.com für Eventbutler in 322 Interviews den Status der heimischen Business-Event-Branche erhoben und analysiert. An der mittels Online-Befragung durchgeführten Studie haben die Teilnehmer neben allgemeinen auch spezifische Fragen aus den Perspektiven eines Veranstalters (ab Seite 10), Dienstleisters oder Besuchers (ab Seite 30) von Business-Events beantwortet.

Das Ergebnis? Ein umfassendes Stimmungsbild mit klaren Aussagen: Die Hälfte der befragten Veranstalter hält Business-Events für den Erfolg des Unternehmens für sehr wichtig, bei den Besuchern sehen zwei Drittel in der Teilnahme an Business-Events einen Vorteil für die persönliche Karriere. Alle weiteren Details finden Sie auf den folgenden Seiten.

Wir wünschen Ihnen ein erfolgreiches Eventjahr 2016 und interessante Einblicke beim Studieren der Ergebnisse.

Christoph Hütter und Stefan Grosseck
Geschäftsführende Gesellschafter | Eventbutler GmbH

Eventbutler-Studie 2016

Highlights aus 322 Interviews.

Die Relevanz von Business-Events nimmt für alle Stakeholder deutlich zu.

Sowohl Unternehmen als Veranstalter, Dienstleister der Eventbranche sowie Besucher räumen Business-Events einen generell sehr hohen Stellenwert ein.

Highlights

Die wichtigsten Ergebnisse der Eventbutler-Studie im Überblick.

Welche Bedeutung haben Business-Events aus Sicht von Unternehmen, Dienstleistern und Besuchern?

Fast alle Befragten besuchen Business-Events

97 Prozent der 322 Befragten geben an, selbst zumindest ein Business-Event pro Jahr zu besuchen – 16 Prozent nehmen sogar an mehr als 20 Events teil. Besonders beliebt sind neben Messen vor allem Networking-Events, Vorträge, Konferenzen und Kongresse sowie Workshops.

Großteil der Unternehmen setzt auf Business-Events

Knapp drei Viertel (75 %) der Befragten geben an, in einem Unternehmen tätig zu sein, das zumindest fallweise eigene Business-Events veranstaltet.

Die Bedeutung von Business-Events hat zugenommen

55 Prozent der Befragten geben an, dass Business-Events über die vergangenen fünf Jahre an Bedeutung gewonnen haben. Die Ergebnisse zeigen deutlich, dass Business-Events für alle Studienteilnehmer einen hohen Stellenwert einnehmen und sowohl für den beruflichen Erfolg wie auch für den unternehmerischen Erfolg des Veranstalters als wichtig angesehen werden.

Business-Events sind deutlich wichtiger als Online-Plattformen

Für 80 Prozent der Befragten sind Business-Events im Vergleich zum digitalen „Netzwerken“ auf Online-Business-Plattformen – wie z. B. XING oder LinkedIn – deutlich relevanter. Nur für 1 Prozent der Teilnehmer haben Online-Plattformen einen höheren Stellenwert als Events.

Mehr Business-Events im Jahr 2016

Business-Events zählen auch 2016 zu den wichtigsten Marketing- und Kommunikationsinstrumenten – denn sowohl Besucher wie auch Unternehmen geben an, gleich viele oder mehr Events besuchen bzw. auszurichten zu wollen als im Vorjahr.

Highlights

Kostenlose Teilnahme bei den meisten Business-Events

Die überwiegende Mehrheit an Business-Events (85 %) wird von Unternehmen für die Teilnehmer kostenlos bzw. ohne Teilnahmegebühr durchgeführt. Nur rund 9 Prozent der Veranstalter heben eine Teilnahmegebühr von bis zu 100 Euro ein und 3 Prozent zwischen 101 und 300 Euro. Lediglich bei 3 Prozent der Veranstaltungen liegt die Teilnehmergebühr über 300 Euro.

Unternehmen veranstalten im Schnitt 20 Business-Events

Im Durchschnitt veranstalten die Unternehmen der Studienteilnehmer 20 Business-Events pro Jahr. Bei größeren Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern sind es im Durchschnitt rund 27 Veranstaltungen, bei kleineren Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern hingegen 8 Business-Events.

Durchschnittlich 194 Teilnehmer pro Event

Bei einem typischen Business-Event sind im Durchschnitt 194 Gäste anwesend. Rund ein Drittel der Business-Events haben im Durchschnitt über 100 Gäste, 17 Prozent mehr als 200. Den größten Anteil haben mit 28 Prozent Business-Events mit 26 bis 50 Gästen, gefolgt von Veranstaltungen mit 51 bis 100 Gästen (23 %).

Zusammensetzung der Studienteilnehmer

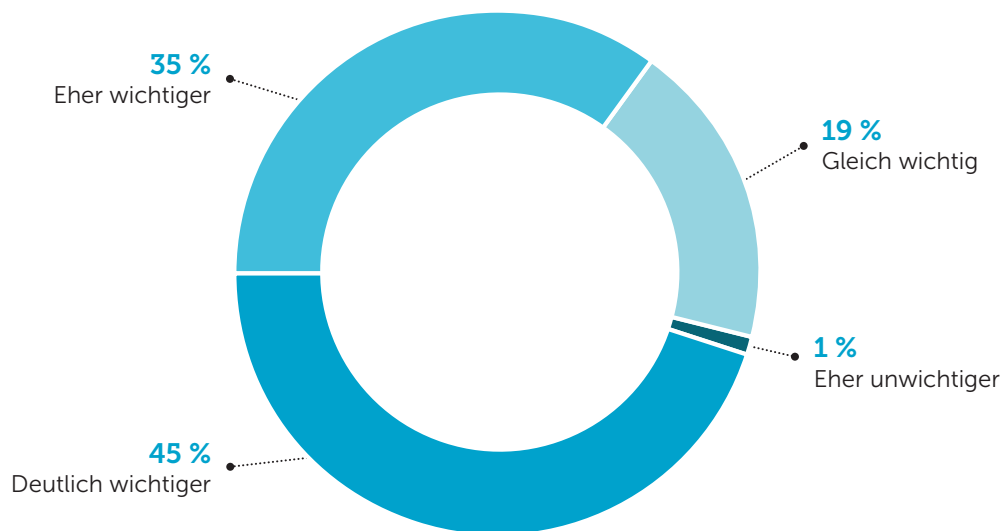
Im Rahmen der Studie wurde das Thema Business-Events aus Sicht von Besuchern (ab Seite 30), Veranstaltern (ab Seite 10) sowie von Eventagenturen bzw. Dienstleistern der Eventbranche beleuchtet. Von den insgesamt 322 Studienteilnehmern waren 120 Veranstalter, 104 Dienstleister und 98 Eventbesucher.

Die Befragungsteilnehmer sind hauptsächlich in Unternehmen mit Standort innerhalb Österreichs tätig (97 %), und zwar mehrheitlich in Wien (70 %) und Niederösterreich (9 %). 55 Prozent arbeiten in Unternehmen mit unter 50 Mitarbeitern, 45 Prozent in größeren Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern.

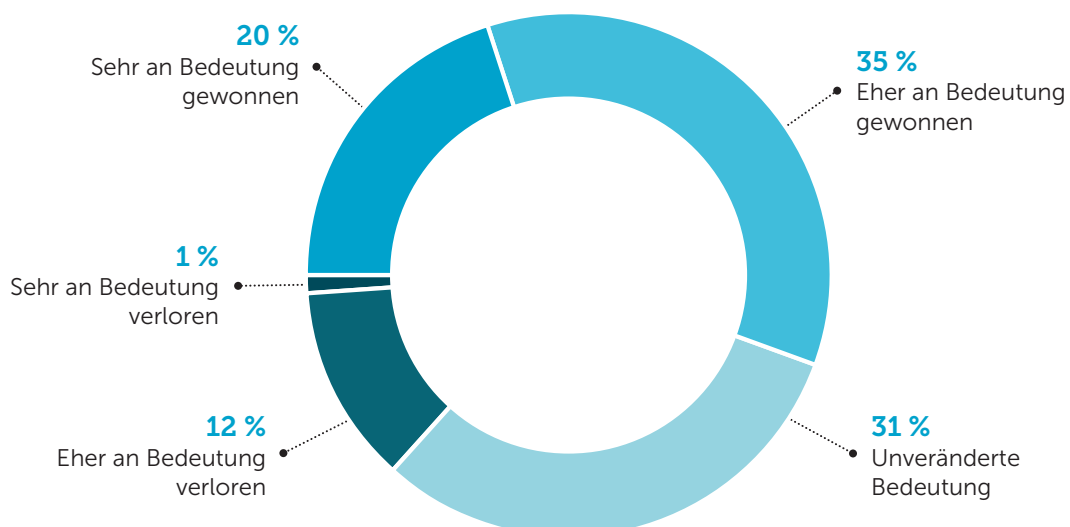
Branchenverteilung

Rund ein Viertel der Studienteilnehmer gibt an, für eine Event- oder PR-Agentur tätig zu sein, 11 Prozent sind bei einem Medienunternehmen beschäftigt, rund 7 Prozent sind jeweils in Industrie/Gewerbe, Finanzen/Versicherungen oder IT/Telekommunikation tätig. Jeweils 6 Prozent geben an, im Handel oder im Tourismus/Gastgewerbe zu arbeiten, 5 Prozent als Dienstleister der Werbebranche und jeweils rund 3 Prozent arbeiten für Markenartikelunternehmen sowie in der Gesundheitsbranche. Die übrigen 22 Prozent beziehen sich auf sonstige Branchen.

Wie würden Sie die Relevanz von Business-Events im Vergleich zu Online-Business-Plattformen wie z. B. XING oder LinkedIn einschätzen?

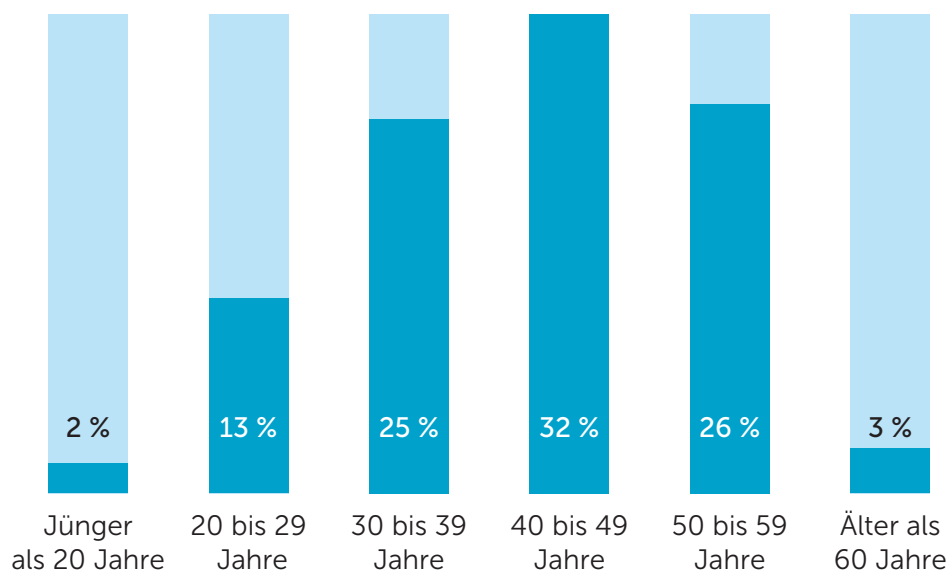


Wie würden Sie die Entwicklung von Business-Events in den vergangenen fünf Jahren einschätzen?

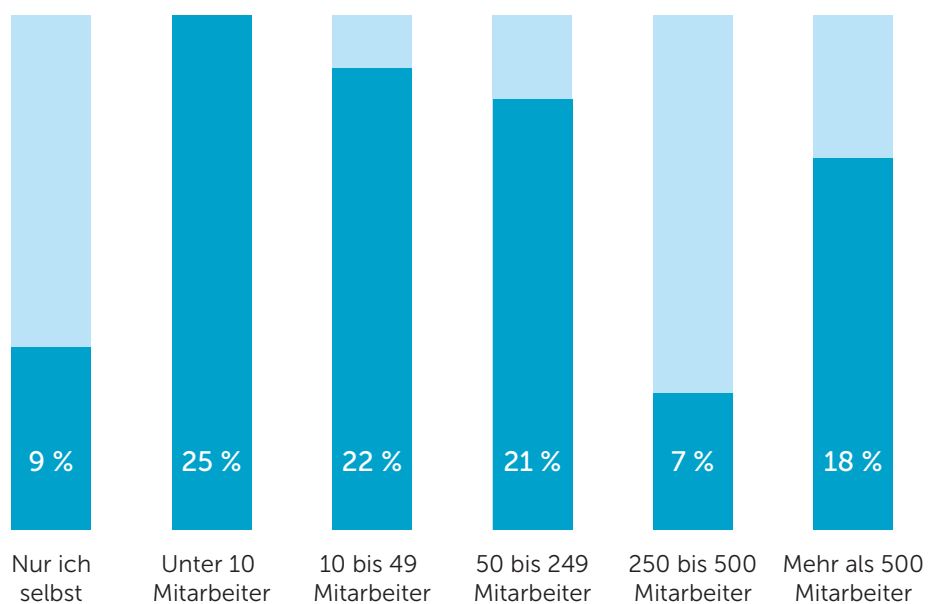


Studienteilnehmer

Altersverteilung



Wie viele Mitarbeiter sind in Ihrem Unternehmen beschäftigt?



Branchenverteilung

Agentur (Eventagentur, PR-Agentur, Kreativagentur)

23 %

Medienunternehmen

11 %

Industrie und Gewerbe

7 %

Banken/Finanzen/Versicherungen

7 %

Software/IT/Telekommunikation

7 %

Handel

6 %

Tourismus/Gastgewerbe

5 %

Dienstleister der Werbewirtschaft

5 %

Markenartikelunternehmen

3 %

Chemie/Pharma/Medizin/Gesundheit

3 %

Automobil

1 %

Energie

1 %

In sonstiger Branche

21 %

Eventbutler-Studie 2016

Business-Events aus der Sicht von Unternehmen.

Knapp drei Viertel (74,6 %) der Befragten geben an, in einem Unternehmen tätig zu sein, das zumindest fallweise eigene Business-Events veranstaltet.

Aus der Perspektive eines Unternehmens wurden jene 120 Personen zu Business-Events befragt, die tatsächlich in die Organisation der Veranstaltungen eingebunden sind.

Für Unternehmen bleiben Business-Events auch im Zeitalter der digitalen Kommunikation unverzichtbar.

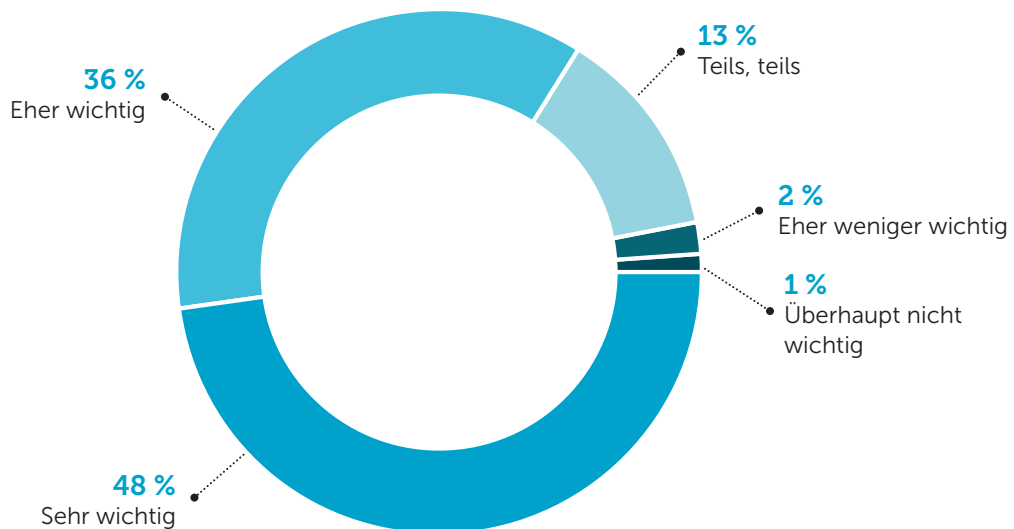
Doch wie sieht ein typischer Business-Event aus, was sind dessen Ziele und worin liegen die größten Herausforderungen in der Organisation?

Der typische Business-Event

- Die Teilnahme an einem Event ist für Gäste in der Regel kostenlos. Lediglich bei 15 Prozent der Veranstaltungen wird eine Teilnahmegebühr verlangt, diese liegt aber meist unter 50 Euro.
- Bis zu 100 Gäste nehmen teil. Bei gut einem Drittel der Veranstaltungen sind über 100 Gäste anwesend.
- Kunden- und Mitarbeitererevents sind mit Abstand am häufigsten.
- Imagepflege, Kundenbindung und Kontakte knüpfen werden am häufigsten als Ziele für das Veranstellen von Business-Events genannt.
- In der Auswahl einer passenden Location, der Erfolgsmessung und dem Festlegen des Termins sehen Unternehmen die größten Herausforderungen bei der Planung von Business-Events.

Für wie wichtig halten Sie die Durchführung von Business-Events für den Erfolg Ihres Unternehmens?

Für Unternehmen bleiben Business-Events auch in Zeiten der digitalen Kommunikation unverzichtbar: 84 Prozent halten Business-Events für wichtig.



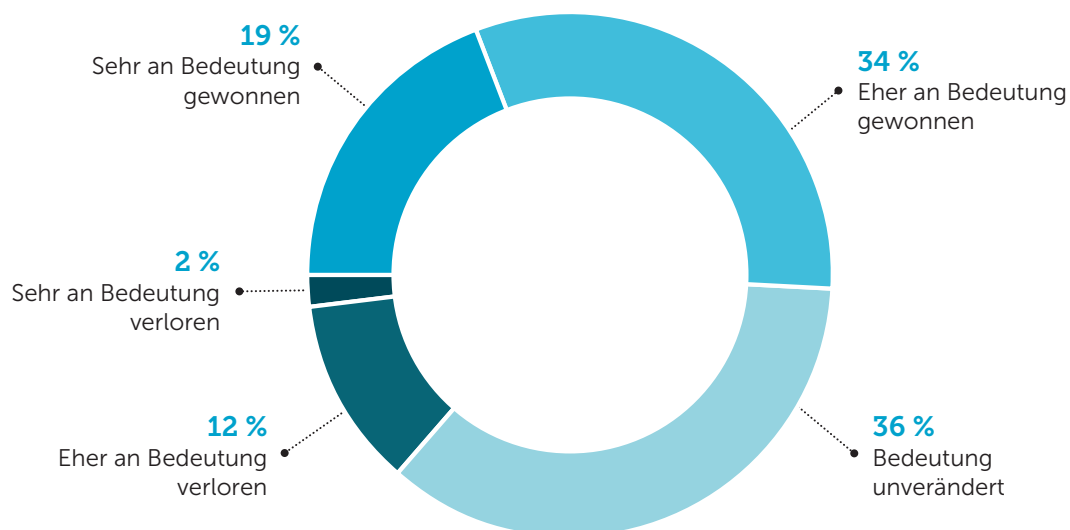
Essenziell für den Erfolg von Unternehmen

Die überwiegende Mehrheit der Befragten (84 %) hält Business-Events für den Erfolg des Unternehmens für sehr oder eher wichtig. Lediglich 2 Prozent sind der Meinung, dass Business-Events für das Unternehmen eher weniger wichtig sind und nur 1 Prozent halten diese für überhaupt nicht wichtig.

Entwicklung | Unternehmen

Wie würden Sie die Entwicklung von Business-Events in den vergangenen fünf Jahren einschätzen?

Für mehr als die Hälfte der Unternehmen hat die Bedeutung von Business-Events in den vergangenen fünf Jahren zugenommen.



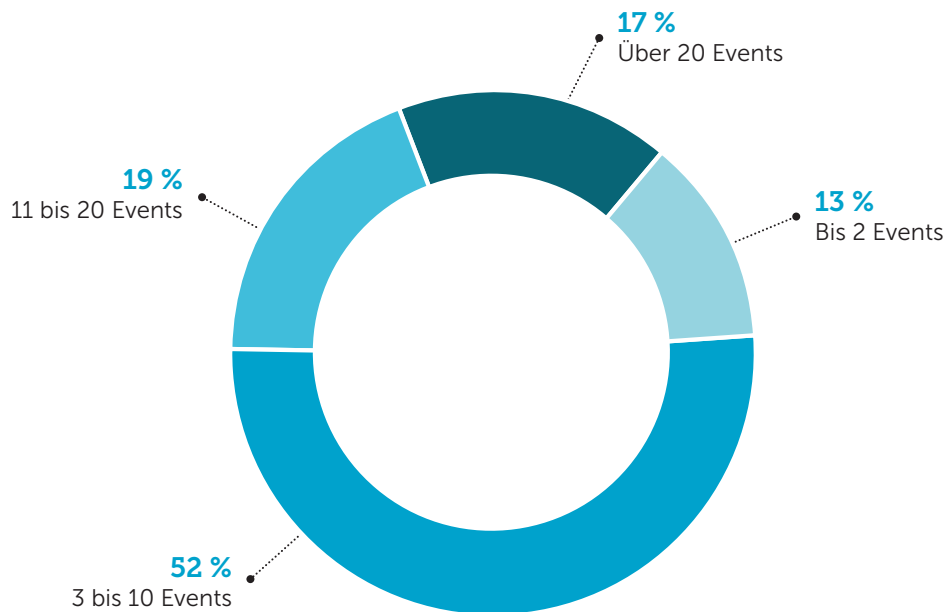
An Relevanz gewonnen

Rund die Hälfte (51 %) der Unternehmen gibt an, dass Business-Events in den vergangenen fünf Jahren sehr (19 %) oder eher (32 %) an Bedeutung gewonnen haben. Für 36 Prozent blieb die Bedeutung unverändert und nur für 14 Prozent der Befragten haben Business-Events an Bedeutung verloren.

Anzahl | Unternehmen

Wie viele Business-Events veranstaltet Ihr Unternehmen durchschnittlich pro Jahr?

Im Durchschnitt werden rund 20 Business-Events pro Jahr organisiert. Es gilt: Je größer das Unternehmen, umso größer und häufiger sind auch die Events.

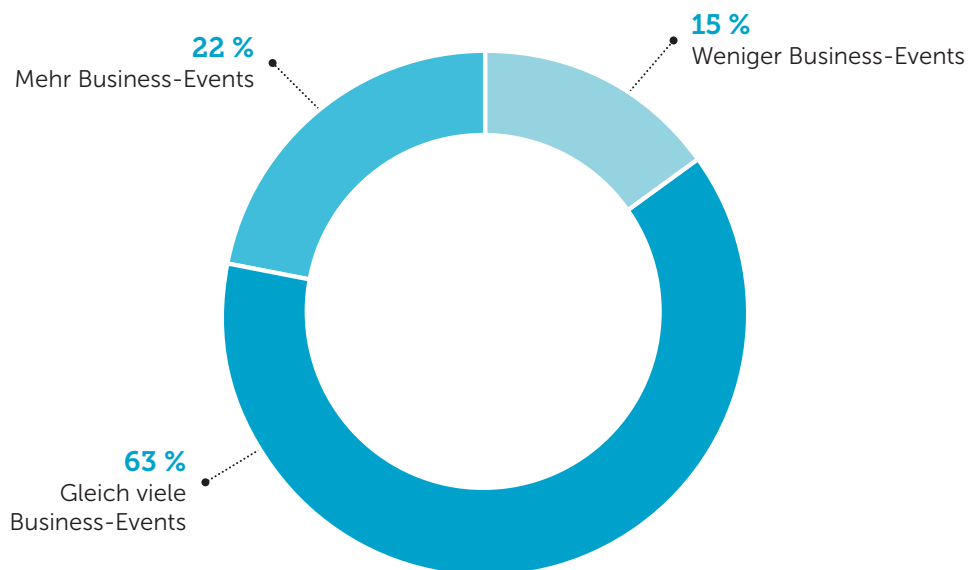


Unternehmensgröße ist entscheidend

Im Durchschnitt veranstalten die Unternehmen der Studienteilnehmer rund 20 Business-Events pro Jahr. Bei größeren Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern sind es im Durchschnitt rund 27 Veranstaltungen, bei kleineren Unternehmen mit weniger als 50 Mitarbeitern hingegen 8 Business-Events.

2016 | Unternehmen**Wie viele Business-Events plant Ihr Unternehmen im Jahr 2016 im Vergleich zum Jahr 2015 durchzuführen?**

Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen beabsichtigt 2016 gleich viele Business-Events wie im Vorjahr zu veranstalten – ein Fünftel plant mehr.

**Unternehmen planen mehr Business-Events**

Entsprechend der hohen Bedeutung von Business-Events für den Unternehmenserfolg planen auch 85 Prozent der Unternehmen im Jahr 2016 zumindest gleich viele (63 %) oder mehr (22 %) Business-Events zu veranstalten wie im Vorjahr. Lediglich 15 Prozent der Unternehmen beabsichtigen 2016 weniger Business-Events zu veranstalten als 2015.

Welche Arten von Business-Events veranstaltet Ihr Unternehmen?

Unternehmen setzen vor allem auf Kunden- und Mitarbeiterevents.

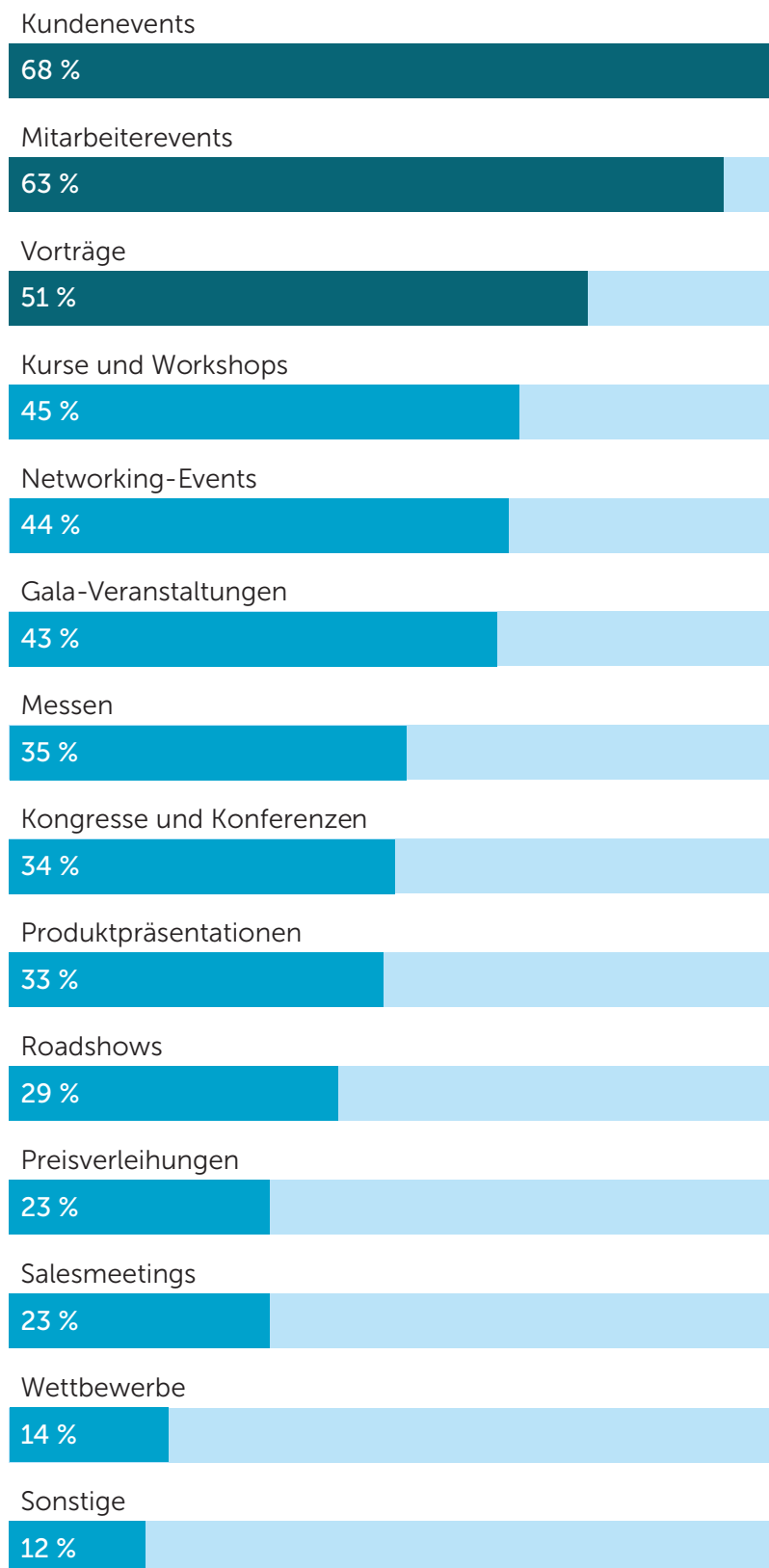
Kunden- und Mitarbeiterevents sind am häufigsten

Unternehmen veranstalten am häufigsten Kundenevents (68 %) und Mitarbeiterevents (63 %), gefolgt von Vorträgen (51 %), Kursen und Workshops (45 %), Networking-Events (44 %) und Gala-Veranstaltungen (43 %).

Mitarbeiterevents und Gala-Veranstaltungen werden auffallend häufiger von größeren Unternehmen mit einer Mitarbeiteranzahl von über 50 Personen durchgeführt.

Messen (35 %), Kongresse und Konferenzen (34 %) sowie Produktpräsentationen (33 %) werden von jeweils ca. einem Drittel veranstaltet.

Roadshows/Vortragsreihen (29 %), Preisverleihungen (23 %), Salesmeetings (23 %) und Wettbewerbe (14 %) werden vom eigenen Unternehmen am seltensten veranstaltet.



Welche Ziele verfolgt Ihr Unternehmen vorrangig mit Business-Events?

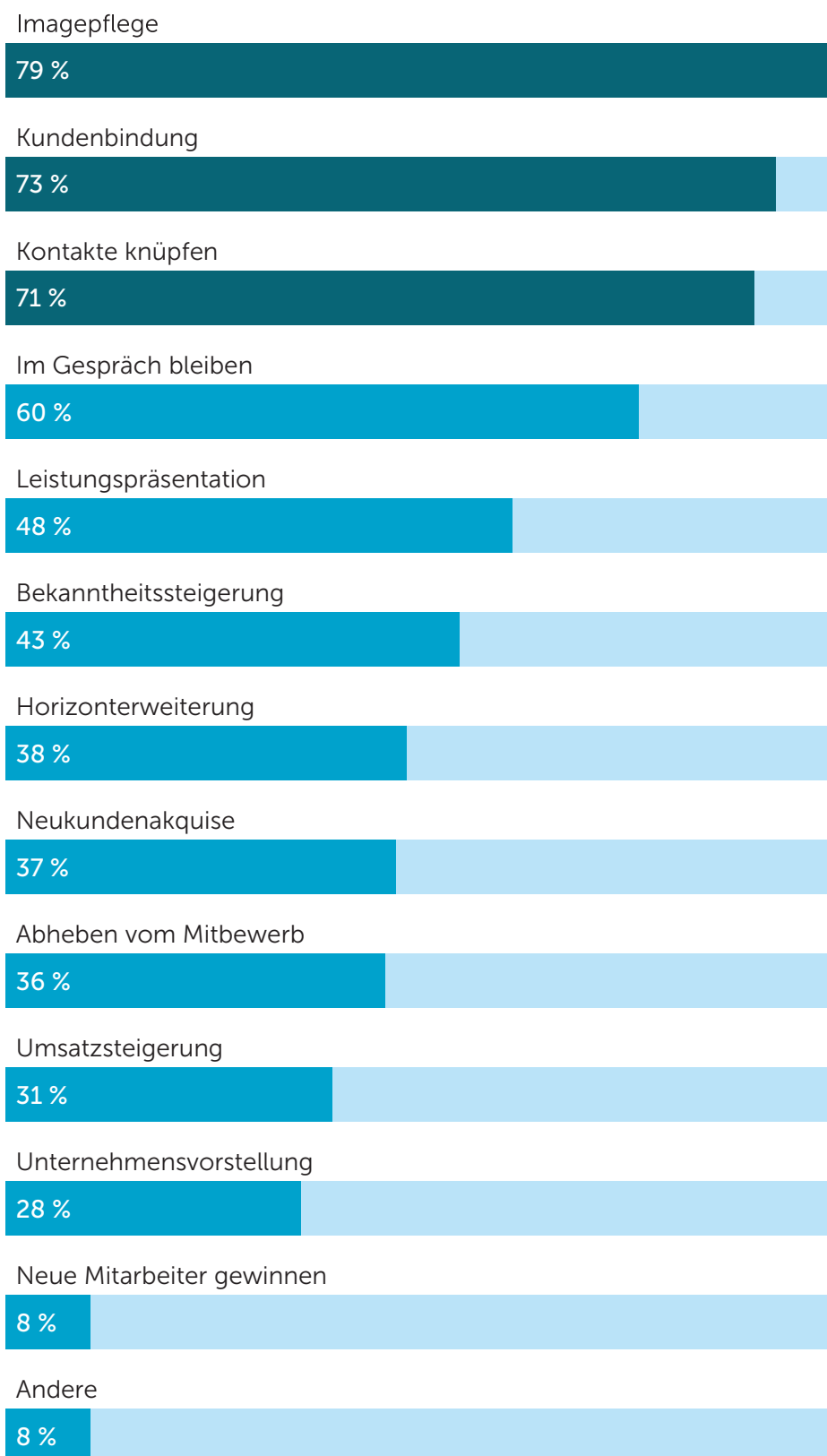
Imagepflege, Kundenbindung und das Knüpfen neuer Kontakte sind die wichtigsten Ziele.

Imagepflege und Kundenbindung als Hauptmotive

Die Hauptziele, die von Unternehmen mit Business-Events verfolgt werden, liegen in der Imagepflege (79 %), der Kundenbindung (73 %) und dem Knüpfen von Kontakten (71 %) bzw. darin im Gespräch zu bleiben (60 %).

Jeweils über 40 Prozent nutzen Business-Events zur Produkt- und Leistungspräsentation (48 %) bzw. zur Steigerung der Bekanntheit (43 %).

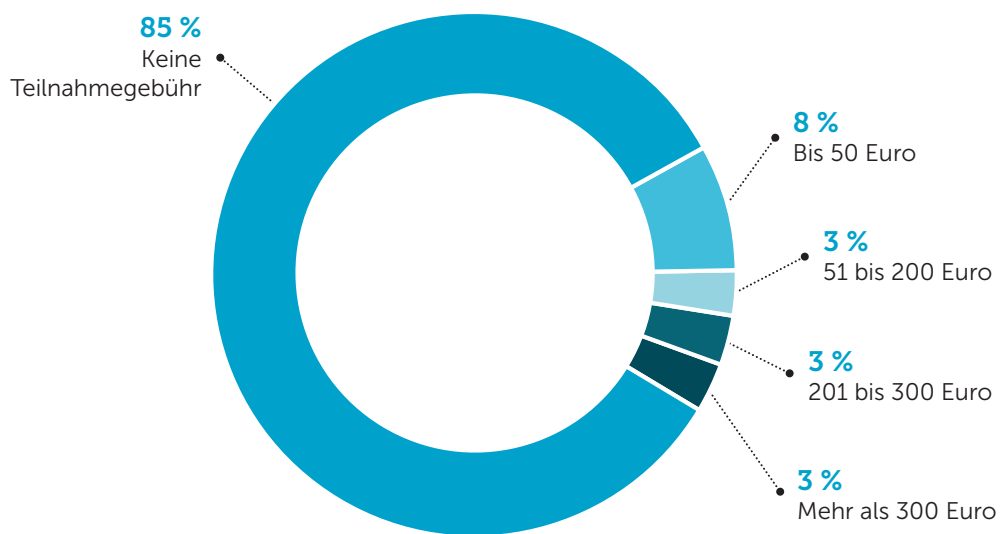
Die Gewinnung von neuen Mitarbeitern ist lediglich für 8 Prozent der Unternehmen ein vorrangiges Ziel, die Neukundenakquise spielt hingegen für über ein Drittel eine Rolle (37 %).



Teilnahmegebühren | Unternehmen

Wie hoch ist die durchschnittliche Teilnahmegebühr für ein Business-Event Ihres Unternehmens?

Die überwiegende Mehrheit der Unternehmen verzichtet auf eine Teilnahmegebühr.



Kostenlose Teilnahme bei den meisten Events

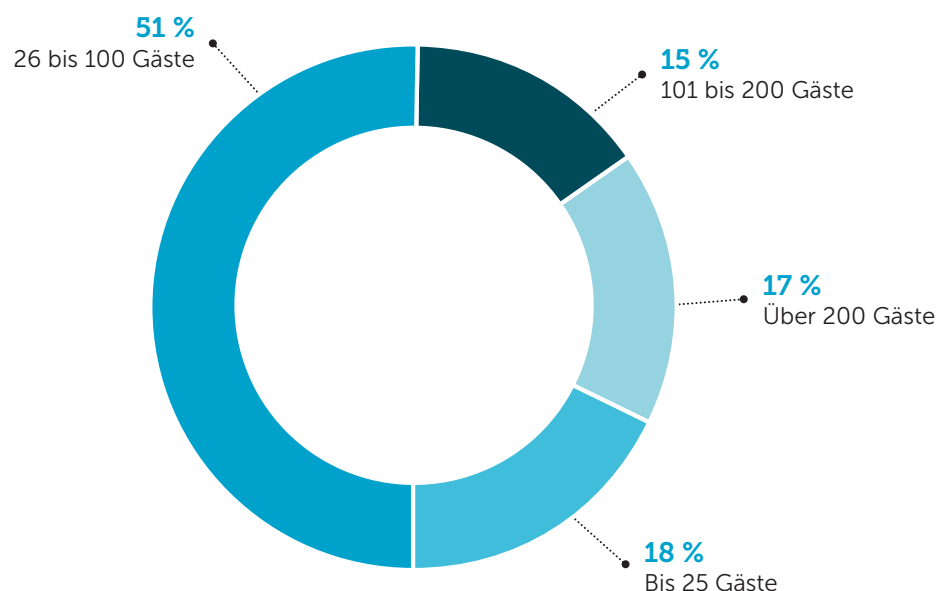
85 Prozent der Unternehmen geben an, bei Business-Events vollkommen auf Teilnahmegebühren zu verzichten. Wird eine Teilnahmegebühr verlangt, dann liegt diese in den meisten Fällen unter 50 Euro.

Nur 9 Prozent der Unternehmen heben eine Teilnahmegebühr von bis zu 100 Euro ein und 3 Prozent zwischen 101 und 300 Euro. Lediglich bei 3 Prozent der Veranstaltungen liegt die Teilnahmegebühr bei über 300 Euro.

Gäste | Unternehmen

Wie viele Gäste sind bei einem Business-Event Ihres Unternehmens im Durchschnitt anwesend?

An über der Hälfte aller Veranstaltungen nehmen im Durchschnitt über 50 Gäste teil – 16,7 Prozent haben über 200 Teilnehmer.



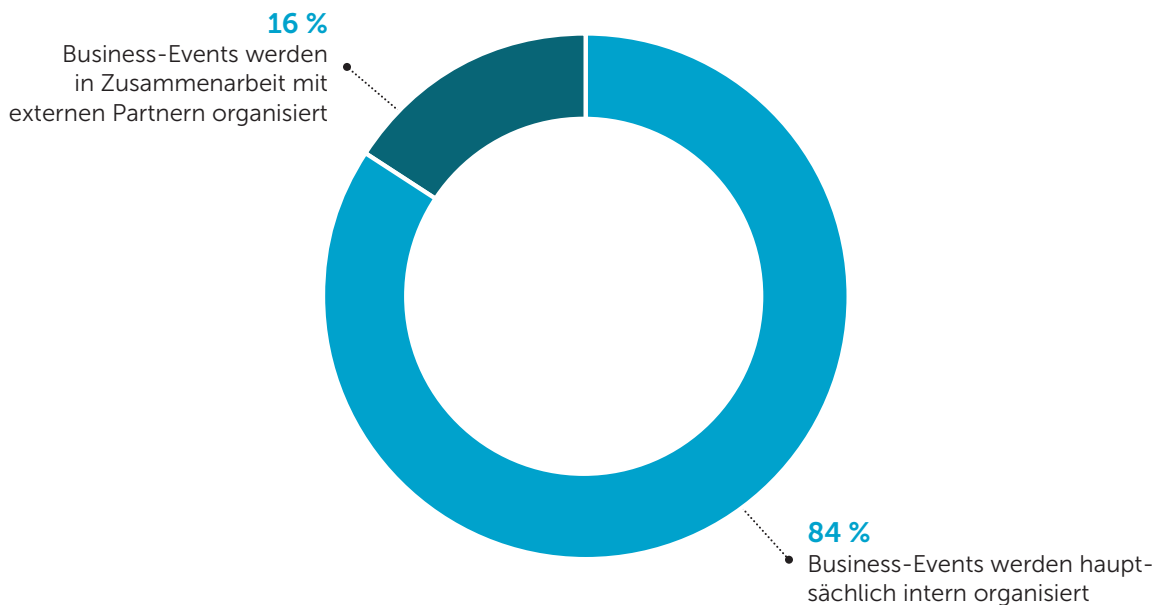
Events in jeder Größe

Die befragten Unternehmen führen Veranstaltungen in allen Größenordnungen durch – bei einem typischen Business-Event des eigenen Unternehmens sind im Mittel 60 Gäste anwesend, in größeren Unternehmen sind es 75 Teilnehmer. Im Durchschnitt sind pro Veranstaltung 194 Gäste anwesend.

Ein Anteil von 18 Prozent entfällt bei den Unternehmen auf kleinere Events mit bis zu 25 Gästen, 28 Prozent auf Events mit 26 bis 50 und 23 Prozent auf Veranstaltungen mit 51 bis 100 Gästen. Damit sind auf rund zwei Drittel aller Veranstaltungen bis zu 100 Gäste anwesend. Auf weiteren 15 Prozent der Business-Events nehmen im Schnitt bis zu 200 Gäste teil und 17 Prozent der Veranstaltungen verzeichnen mehr als 200 Teilnehmer.

Wie erfolgt die Planung und Organisation von Business-Events in Ihrem Unternehmen?

Unternehmen übernehmen die Organisation überwiegend selbst – nur ein Sechstel arbeitet mit einer Eventagentur oder externen Partnern zusammen.



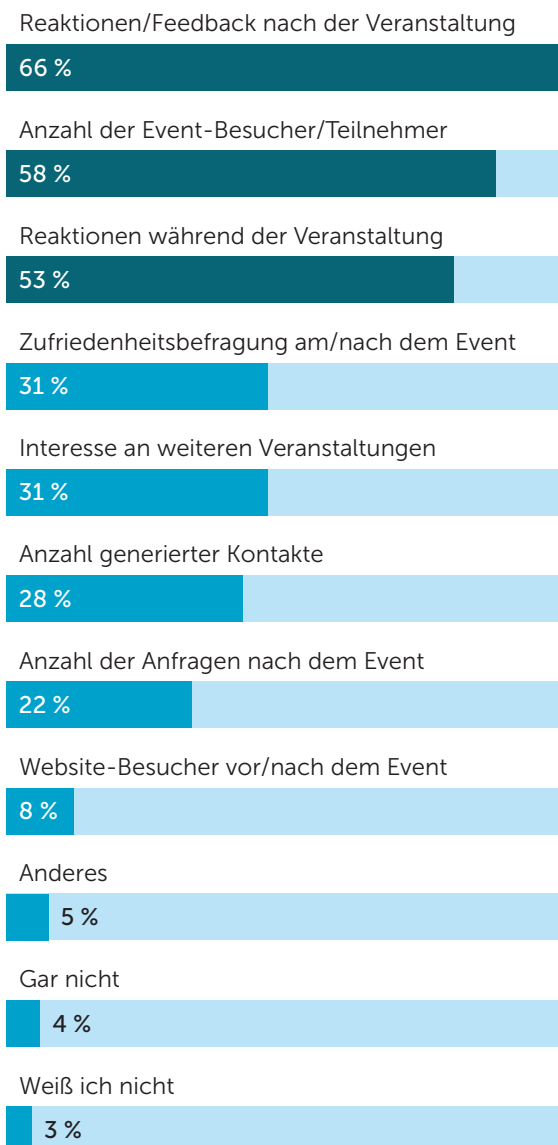
Interne Umsetzung dominiert

Der Großteil der von Unternehmen veranstalteten Business-Events wird intern geplant und organisiert (84 %). Nur rund ein Sechstel der Unternehmen (16 %) arbeitet bei der Organisation mit einem externen Partner zusammen. Kein einziger Studienteilnehmer gab an, die Planung und Umsetzung von Veranstaltungen vollständig an einen Dienstleister auszulagern.

Erfolgsmessung | Unternehmen

Wie wird in Ihrem Unternehmen der Erfolg von Business-Events gemessen?

Die Erfolgsmessung von Business-Events stellt für ein Drittel der Unternehmen eine der größten Herausforderungen dar.



Reaktionen nach dem Event sind am wichtigsten

Unternehmen erheben den Erfolg hauptsächlich über Reaktionen und Feedback nach der Veranstaltung (66 %), aber auch Reaktionen während der Veranstaltung (z. B. Fragen stellen, Anwesenheit bis zum Ende) werden von rund der Hälfte der Unternehmen gemessen. Auch die Anzahl der Event-Besucher wird von der Mehrheit (58 %) als Erfolgskriterium von Veranstaltungen gesehen.

Lediglich 3 von 10 Unternehmen (31 %) setzen Zufriedenheitsbefragungen am oder nach einer Veranstaltung ein.

Auffallend ist, dass das Messen des Erfolges der Veranstaltung eher in größeren Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern ein Thema ist, in kleineren Unternehmen hingegen weniger.

Worin liegen für Ihr Unternehmen die größten Herausforderungen bei der Planung von Business-Events?

Die Wahl von Location und Termin, das Messen des Erfolges und das Festlegen der Gästeliste stellen Unternehmen vor die größten Herausforderungen.

Wo, wann und für wen soll ein Event veranstaltet werden?

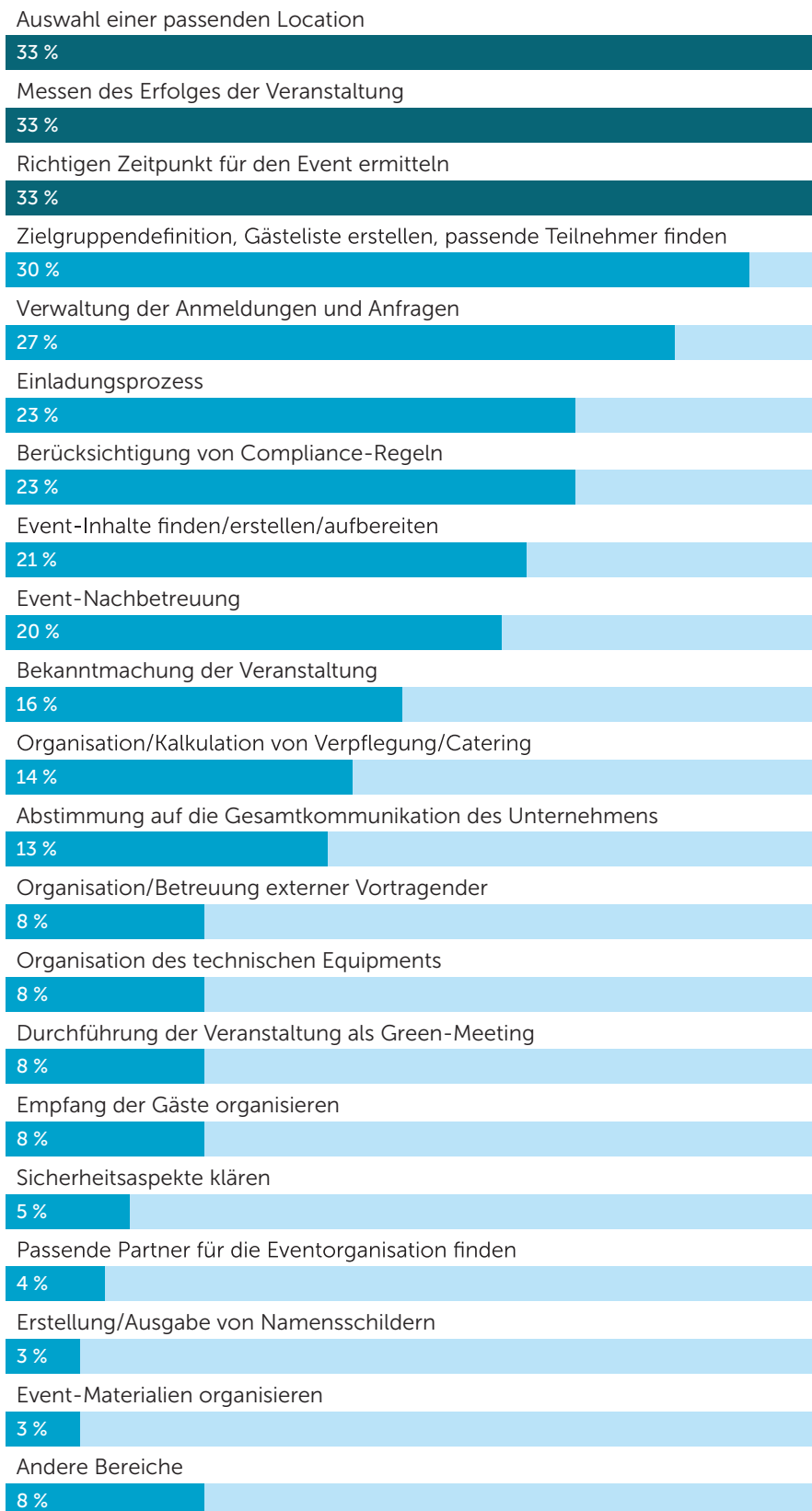
Jeweils rund ein Drittel der Unternehmen sieht in der Auswahl einer passenden Location (33 %), dem Messen des Erfolges einer Veranstaltung (33 %) sowie in der Ermittlung eines passenden Zeitpunkts (33 %) die größten Herausforderungen in der Organisation einer Veranstaltung.

Auch die Zielgruppendefinition und Gästelistenerstellung (30 %) sowie die Verwaltung der Anmeldungen und Gästeanfragen (27 %) fordern die Unternehmen. Jeweils über ein Fünftel sieht die größten Herausforderungen im Einladungsprozess (23 %), in der Berücksichtigung der Compliance-Regeln (23 %) bzw. im Finden, Erstellen und Aufbereiten von Event-Inhalten (21 %).

20 Prozent empfinden die Nachbetreuung als größte Herausforderung und 16 Prozent die Bewerbung der Veranstaltung.

Auffallend ist, dass das Messen des Erfolges der Veranstaltung sowie die Berücksichtigung von Compliance-Regeln eher in größeren Unternehmen mit über 50 Mitarbeitern ein Thema ist, in kleineren Unternehmen hingegen weniger.

Das technische Equipment (8 %), die Organisation und Betreuung externer Vortragender (8 %), der Gästeempfang (8 %), die Durchführung der Veranstaltung als Green-Meeting (8 %), das Klären von Sicherheitsaspekten (5 %), das Finden von passenden Partnern für die Eventorganisation (4 %), die Erstellung und Ausgabe von Namensschildern (3 %) sowie das Organisieren von Eventmaterialien (3 %) werden am seltensten als Herausforderungen bei der Organisation und Planung von Business-Events gesehen.



**Ihr Gast
ist König?**

**Mit Eventbutler zeigen Sie
es ihm von Beginn an.**

Wir unterstützen Eventagenturen
und Veranstalter bei der Planung und
Abwicklung der Einladung sowie dem
Gästeinlass von Business-Events.

Unsere Leistungen für Ihre Events.

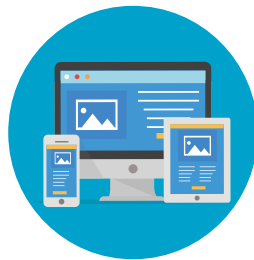
Gutes Service beginnt vor dem Eingang.

Von der Einladung bis zum schnellen
und sicheren Einlass Ihres Business-Events –
begeistern Sie Ihre Gäste schon vorab.



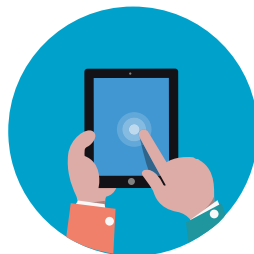
Einladungen versenden

Laden Sie Ihre Gäste per eMail und/oder klassisch mit einem Brief ein. Gemeinsam mit Ihnen definieren wir den optimalen Einladungsprozess für Ihre Veranstaltung.



Gäste online registrieren

Bieten Sie Ihren Gästen die Möglichkeit über eine Event-Website online auf Ihre Einladung zu antworten und sich im Detail über Ihre Veranstaltung zu informieren.



Gäste perfekt empfangen

Der elektronische Check-in von Eventbutler ist schnell, sicher und übersichtlich – und garantiert den gelungenen Auftakt zu einer erfolgreichen Veranstaltung.

Eventbutler-Studie 2016

Business-Events aus der Sicht von Besuchern.

Die nachstehenden Ergebnisse stellen die „reine“ Teilnehmer-Perspektive von Personen dar, die selbst weder Veranstalter von Business-Events, noch Dienstleister oder Eventmanager sind.

Insgesamt gaben 98 Personen Auskunft zu Business-Events aus der Besucher-Perspektive.

Auch Besucher von Business-Events bestätigen den Veranstaltungen eine hohe und zunehmende Bedeutung.

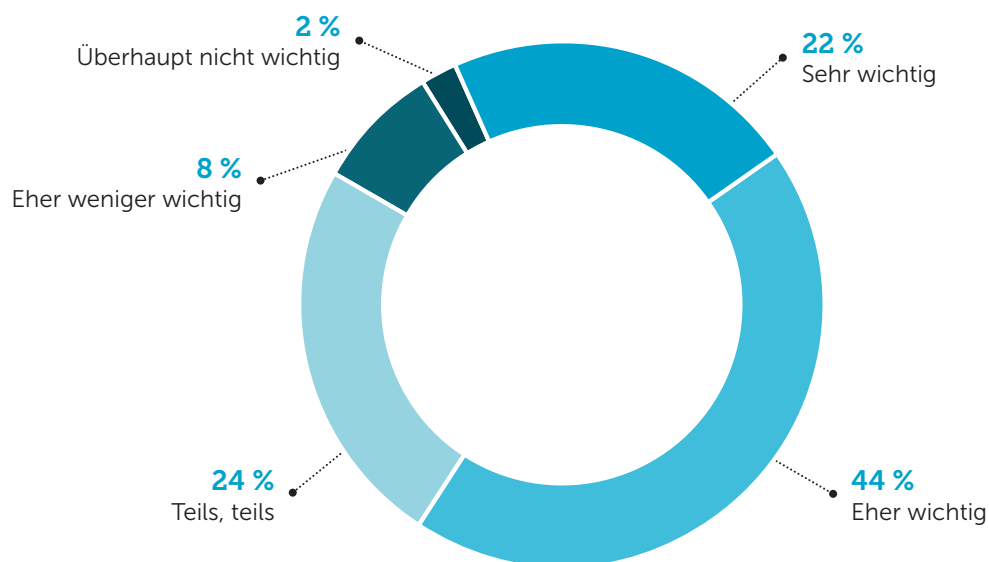
Teilnehmer nutzen Business-Events vorwiegend zum Netzwerken und sehen im Besuch einen Vorteil für die persönliche Karriere.

Der typische Besucher von Business-Events

- Besucht im Durchschnitt 8 Business-Events pro Jahr.
- Nimmt hauptsächlich an Messen, Networking-Events, Vorträgen sowie Kongressen und Konferenzen teil.
- Bewertet Business-Events als deutlich wichtiger als Online-Business-Plattformen wie etwa XING oder LinkedIn.
- Nutzt den Besuch von Business-Events, um neue Kontakte zu knüpfen oder bestehende Kontakte zu pflegen.
- Möchte sich auf den Veranstaltungen über Trends informieren und sich Inspirationen holen.
- Beabsichtigt, 2016 im Vergleich zum Vorjahr zumindest gleich viele oder mehr Veranstaltungen zu besuchen.

Für wie wichtig halten Sie den Besuch von Business-Events für Ihren beruflichen Erfolg?

Zwei Drittel der Event-Besucher sehen in der Teilnahme an Business-Events einen Vorteil für die persönliche Karriere.



Netzwerken für die Karriere

Den Besuch von Business-Events halten zwei Drittel (66 %) der Befragten für ihren beruflichen Erfolg für sehr (22 %) oder eher wichtig (44 %). Nur 2 Prozent der befragten Besucher sind der Meinung, dass Business-Events für die Karriere überhaupt keine Bedeutung haben.

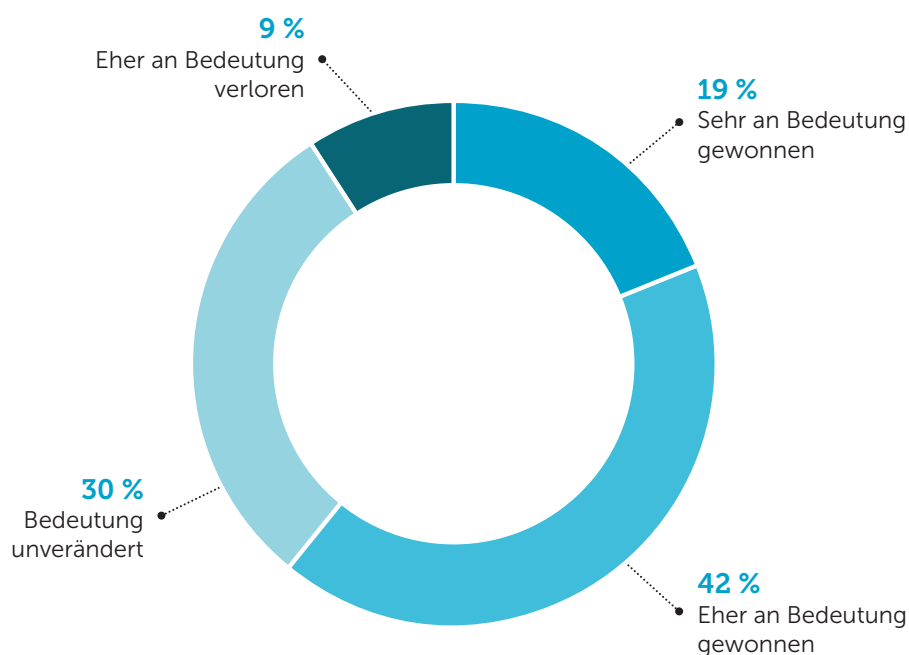
Events sind deutlich relevanter als Online-Netzwerke

Auch im direkten Vergleich zu Online-Business-Plattformen wie XING und LinkedIn wird Business-Events von Besuchern deutlich mehr Relevanz zugeschrieben: 78 Prozent der Besucher halten Veranstaltungen für deutlich wichtiger (37 %) oder eher wichtiger (41 %).

Entwicklung | Besucher

Wie würden Sie die Entwicklung von Business-Events in den vergangenen fünf Jahren einschätzen?

Für mehr als die Hälfte der Besucher hat die Bedeutung von Business-Events zugenommen.



Wichtiger denn je

Die Mehrheit der Event-Besucher vertritt mit 61 Prozent die Meinung, dass Business-Events in den vergangenen fünf Jahren an Bedeutung gewonnen haben – für 19 Prozent haben diese sehr und für 42 Prozent eher an Relevanz gewonnen.

Welche Arten von Business-Events besuchen Sie?

Messen und Networking-Events sind bei Besuchern am beliebtesten.

Mit rund 70 Prozent werden Messen am häufigsten besucht

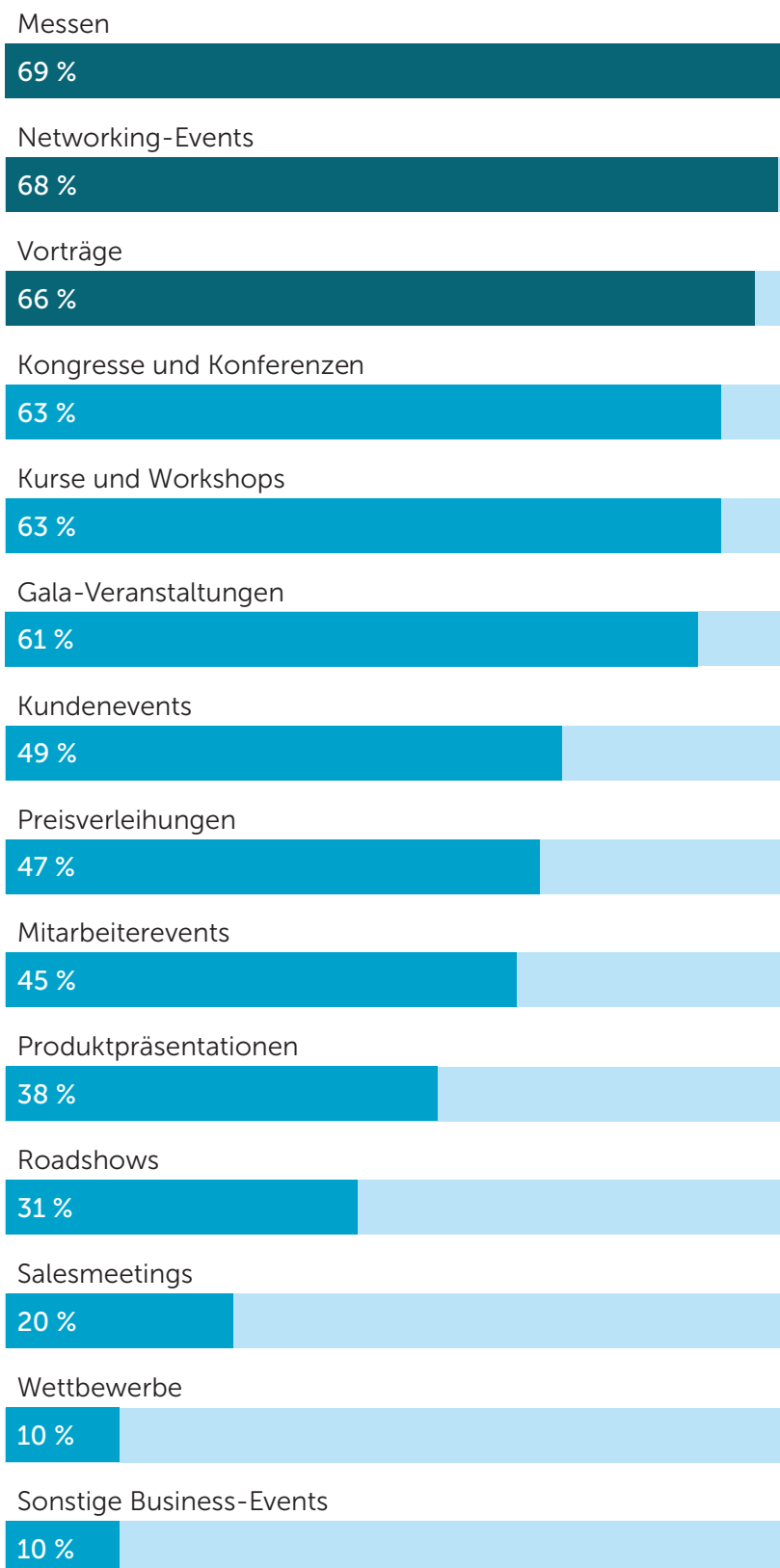
Die befragten Event-Besucher geben an, hauptsächlich Messen (69 %) und Networking-Events (68 %) zu besuchen. Ebenfalls sehr gefragt sind Vorträge (66 %), Kongresse und Konferenzen (63 %), Kurse und Workshops (63 %) sowie Gala-Veranstaltungen (61 %). Am seltensten aufgesucht werden dagegen Roadshows und Vortragsreihen (31 %), Salesmeetings (20 %) und Wettbewerbe (10 %).

Wie steht es um die Qualität der besuchten Veranstaltungen?

Die von den Besuchern wahrgenommene Qualität der Veranstaltungen wurde im Hinblick auf Kriterien wie Organisation, Location und Einladung auf einer 5-stufigen Skala (1 = sehr gut, 5 = überhaupt nicht gut) abgefragt.

Die Aspekte allgemeine Organisation, Einladung, Location und Infrastruktur, Anmeldeverfahren sowie Empfang und Einlass der Gäste werden jeweils von über 70 Prozent der Event-Besucher als zumindest eher gut bewertet. Auch zwei Drittel empfinden den Ablauf bzw. das Programm auf einem typischen Business-Event als eher gut.

Am meisten Verbesserungspotenzial orten die Besucher bei Inhalt und Qualität der Vorträge, Verpflegung und Catering sowie vor allem in Bezug auf die Bereitstellung von Informationen nach der Veranstaltung.



Welche Ziele verfolgen Sie persönlich mit dem Besuch von Business-Events?

Rund jeweils 80 Prozent der befragten Besucher nehmen an Business-Events teil, um neue Kontakte zu knüpfen oder bestehende zu pflegen.

Netzwerken ist den Besuchern am wichtigsten

Die Möglichkeit zur persönlichen Interaktion mit anderen Teilnehmern zählt zu den Hauptmotiven für den Besuch von Business-Events, denn 8 von 10 Befragten (81 %) nehmen an Business-Events teil, um neue Kontakte zu knüpfen, über drei Viertel (78 %), um bestehende Kontakte zu pflegen oder zu vertiefen.

Weitere Hauptmotive für die Teilnahme sind Horizonterweiterung und Inspirationen holen (78 %), allgemein auf dem Laufenden bleiben (78 %), sich eine Übersicht über Branchen- und Produkttrends sowie Neuheiten zu verschaffen (65 %). Jeweils rund ein Drittel nutzt Business-Events, um mit dem Veranstalter in Kontakt zu kommen (39 %) oder um Neukunden zu gewinnen (32 %).

Neue Arbeitgeber (8 %) oder Mitarbeiter (6 %) zu finden sind die am wenigsten genannten Motive in Bezug auf den Besuch von Business-Events.

Neue Kontakte knüpfen

81 %

Bestehende Kontakte pflegen/vertiefen

78 %

Allgemein auf dem Laufenden bleiben

78 %

Horizontenerweiterung, Inspiration holen

78 %

Übersicht über Branchen-/Produktrends verschaffen

65 %

Kontaktaufnahme zum Unternehmen

39 %

Neukundenakquise

32 %

Abwechslung vom Arbeitsalltag

32 %

Eindruck vom Unternehmen gewinnen

29 %

Neue Arbeitgeber finden

8 %

Neue Mitarbeiter finden

6 %

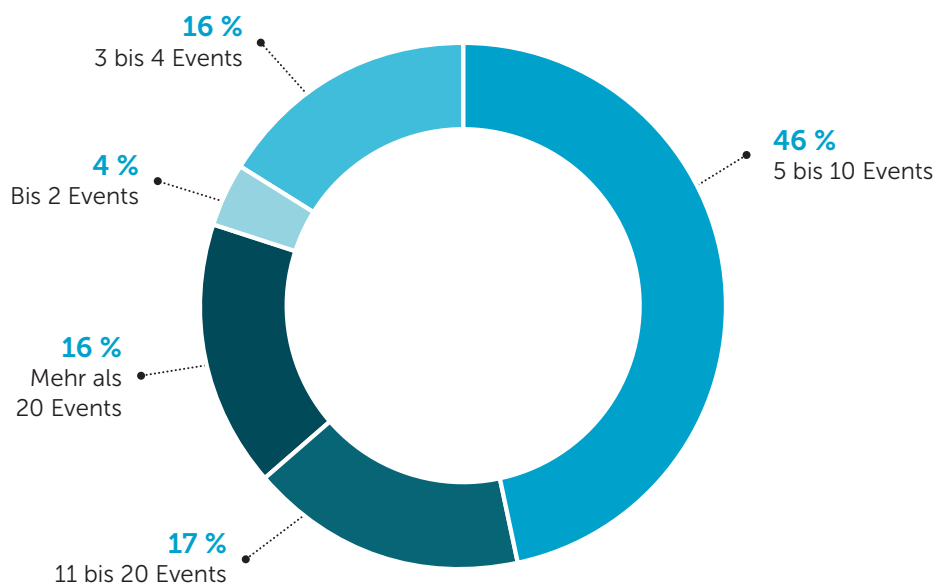
Andere

2 %

Anzahl | Besucher

Wie viele Business-Events besuchen Sie durchschnittlich pro Jahr?

Der typische Besucher nimmt jährlich an 8 Business-Events teil – ein Sechstel ist sogar bei mehr als 20 Veranstaltungen dabei.



Die Hälfte der Befragten besucht zwischen 5 und 10 Events pro Jahr

Die befragten Event-Besucher geben an, im Mittel 8 Business-Events pro Jahr zu besuchen. Ein Fünftel (20 %) nimmt jährlich an bis zu 4 Events teil, 46 Prozent an 5 bis 10 Events und ein Drittel (34 %) an mehr als 10 Veranstaltungen. Immerhin geben 16 Prozent an, auf mehr als 20 Veranstaltungen präsent zu sein.

Absicht, 2016 mehr Business-Events zu besuchen

Darüber hinaus gibt die überwiegende Mehrheit der Befragten an, 2016 mehr (23 %) oder zumindest gleich viele (66 %) Business-Events im Vergleich zu 2015 besuchen zu wollen.



Einladungs-Management für Ihre Business-Events



Einladungen per E-Mail
oder Brief versenden



Eventwebsite zur einfachen
Registrierung Ihrer Gäste



Gäste sicher und schnell
am Event empfangen

Mit den digitalen Lösungen von Eventbutler steuern Sie vor, während und nach einer Veranstaltung alle Kontaktpunkte mit Ihren Gästen.

+43 1 361 3610 | hello@eventbutler.at | www.eventbutler.at

Impressum

Medieninhaber, Herausgeber, Redaktion: Eventbutler GmbH | Lerchenfelder Straße 74/1/6, A-1080 Wien | Firmenbuchnummer: 327975t | Firmenbuchgericht: Handelsgericht Wien | UID-Nr.: ATU65194327 | www.eventbutler.at | hello@eventbutler.at | Telefon: +43-1-3613610 | Die Eventbutler-Studie 2016 wurde im Auftrag der Eventbutler GmbH durch das unabhängige Markt- und Meinungsforschungsinstitut Marketagent.com online reSEARCH GmbH erstellt.