

AMERICAN EXPRESS MEETINGS & EVENTS



Kontakt: American Express International, Inc.
Carola Obergföll
Telefon: +49 69 7576-2325
Telefax: +49 69 7576-2750
E-Mail: Carola.Obergfoell@aexp.com

American Express Meetings & Events Forecast: Anzahl der Meetings wird 2012 steigen

Frankfurt am Main, 12. Dezember 2011 – Die weltweite Nachfrage nach Meetings wird im kommenden Jahr voraussichtlich steigen. Zu diesem Resultat kommt der erste American Express Meetings & Events Forecast 2012, bei dem Meeting-Spezialisten weltweit, darunter Planer, Einkäufer und Hotelanbieter, befragt wurden. 51 Prozent der Europäer, 42 Prozent der Nordamerikaner, 50 Prozent der Lateinamerikaner sowie 57 Prozent der Asiaten geben an, dass sie bei ihren Kunden eine steigende Aktivität im Bereich von Meetings und Events beobachten. Die Ergebnisse zeigen Tendenzen zur Wahl von Veranstaltungsorten im näheren Umkreis, zu Tagesordnungen mit mehr Inhalten und zu mehr Nachhaltigkeit.

20 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass Unternehmen ihr Gesamtbudget für Meetings im kommenden Jahr erhöhen werden, 60 Prozent erwarten, dass das Budget gleich bleibt, 7 Prozent erwarten weniger Budget. Die Ausgaben pro Meeting werden nach Meinung der Befragten sinken oder gleich bleiben, 33 Prozent gehen von geringeren Kosten pro Meeting aus, nur 7 Prozent rechnen mit höheren Kosten. Das spiegelt den Anspruch wieder, mehr Meetings mit weniger Teilnehmern zu planen.

„In vielen Fällen sind Ausgaben für Meetings und Events ein Indikator für Unternehmen, die nach Wachstum streben und die Beziehungen mit ihren aktuellen und zukünftigen Kunden vertiefen wollen. Gut gemanagte Meetings und Events können treibende Kräfte bei der Gewinnung von Neugeschäft und damit auch für Wachstum sein“, sagt Issa Jouaneh, Vice President und General Manager, American Express Meetings & Events.

Positive Entwicklung in Europa

Der Markt für Meetings in Europa muss sich aufgrund der unsicheren wirtschaftlichen Lage Herausforderungen hinsichtlich des Wachstums stellen. Dennoch wird derzeit erwartet, dass sich Meetings positiv entwickeln werden. Das spiegelt den globalen Trend wider. In Deutschland verhilft das stark regional ausgebaute Flughafennetzwerk auch weniger großen





MEETINGS & EVENTS

Städten zu mehr Meetings. „Hierzulande sehen wir eine stärkere Nachfrage, Veranstaltungen in kleineren, weniger bekannten Hotels, abzuhalten, die aber außergewöhnlich sind. Diese bieten beispielsweise für kreative Brainstorming-Sessions ein besonders attraktives Umfeld“, so Ralph Knoblauch, Director Meetings & Events in Deutschland, Österreich und der Schweiz.

- 75 Prozent erwarten eine steigende oder gleichbleibende Anzahl abgehaltener Veranstaltungen.
- 26 Prozent werden die Anzahl der Teilnehmer senken, während 53 Prozent von etwa gleichbleibenden Teilnehmerzahlen ausgehen.
- 62 Prozent werden Veranstaltungsorte in Haupt- oder bedeutenden Großstädten buchen, 12 Prozent in weniger bedeutenden Städten; 26 Prozent verlagern ihre Buchungen von Haupt- in weniger wichtige Großstädte.
- 43 Prozent erwarten eine kürzere Vorlaufzeit für die Planung von Meetings, 11 Prozent einen Anstieg.

Weltweite Trends für Meetings im kommenden Jahr:

- *Kürzer und kleiner:* Die Teilnehmerzahl pro Meeting wird nach Ansicht von 40 Prozent der Hotelanbieter leicht sinken, genauso wie die Dauer (33 Prozent). Dieser Trend spiegelt den Anspruch wider, mehr Meetings mit weniger Personen zu planen, da Unternehmen eine steigende Zahl von Meetings erwarten.
- *Kürzere Wege:* Die Anbieter geben an, dass Meeting-Planer Veranstaltungen in der Nähe des Unternehmens abhalten wollen: Insgesamt 53 Prozent ihrer Kunden verlangen mehr Meetings vor Ort. Damit will man die Kosten einzelner Meetings geringer halten.
- *Mehr auf der Agenda:* Hoteliers stellen einen Trend zu mehr Inhalten fest: Sie erwarten, dass bei mehr Incentive-Veranstaltungen auch geschäftsrelevante Inhalte auf der Tagesordnung stehen werden. 47 Prozent der Kunden wollen Meetings und Incentives kombinieren.
- *Nachhaltigkeit:* Hotelanbieter stellen fest, dass 47 Prozent der Kunden Anforderungen an die Nachhaltigkeit einer Veranstaltung stellen. Meeting-Planer bestätigen diesen Trend – 73 Prozent ihrer Kunden geben an, dass das Interesse an grünen Events steigt. Für Entscheidungen über Räumlichkeiten ist das aber noch nicht entscheidend.
- *Auswahl des Veranstaltungsortes:* Luxus-Tagungsorte oder Urlaubsorte werden weniger gebucht. Eine Ausnahme bilden Meetings im Raum Asien-Pazifik und in Lateinamerika. Anbietern zufolge sehen dort 40 Prozent eine steigende Nachfrage für solche Angebote.



MEETINGS & EVENTS

APPENDIX

Nordamerika

Der Markt für Meetings in Nordamerika war in diesem Jahr stabil. Der Umfrage von Maxvantage zufolge, der strategischen Partnerschaft von American Express Meetings & Events und Maritz Travel, wird in der Region für 2012 ein Wachstum erwartet.

- 80 Prozent erwarten eine steigende oder gleichbleibende Zahl von Meetings.
- 25 Prozent werden die Anzahl der Teilnehmer senken, während 45 Prozent eine etwa gleichbleibende Teilnehmerzahl erwarten.
- 71 Prozent buchen Veranstaltungsorte in Haupt- oder bedeutenden Großstädten; 31 Prozent in weniger bedeutenden Städten; 13 Prozent verlagern ihre Buchungen von Haupt- in Nebenstädte.
- 62 Prozent erwarten eine kürzere Vorlaufzeit für die Planung von Meetings, 7 Prozent einen Anstieg.

Asien-Pazifik

Der Markt für Meetings wächst in der Region Asien-Pazifik am stärksten. Hauptursache ist die starke Wirtschaft. Umfragen zeigen, dass Unternehmen sich weniger Gedanken über Ausgabenkürzungen oder die Buchung von luxuriösen Locations machen.

- 87 Prozent erwarten eine steigende oder gleichbleibende Zahl abgehaltener Veranstaltungen.
- 2 Prozent werden die Zahl der Teilnehmer reduzieren, während 49 Prozent eine etwa gleichbleibende Teilnehmerzahl erwarten. 43 Prozent werden die Teilnehmerzahl sogar erhöhen.
- 62 Prozent buchen Veranstaltungsorte in Haupt- oder bedeutenden Großstädten; 19 Prozent in weniger bedeutenden Großstädten; 17 Prozent verlagern ihre Buchungen von Haupt- in Nebenstädte.
- 26 Prozent gehen von einer kürzeren Vorlaufzeit für die Planung von Meetings aus, 9 Prozent von einem Anstieg.

Lateinamerika

Für Meetings im Raum Lateinamerika wird ein moderates Wachstum erwartet. Insbesondere Hotelanbieter sehen einen Boom in der Nachfrage nach Meetings in zentralen Städten wie Rio de Janeiro, Sao Paulo und Panama.

- 61 Prozent erwarten eine steigende oder gleichbleibende Zahl von Veranstaltungen.
- 32 Prozent werden die Anzahl der Teilnehmer erhöhen, während 18 Prozent eine etwa gleichbleibende Teilnehmerzahl erwarten.



MEETINGS & EVENTS

- 27 Prozent buchen Veranstaltungsorte in Haupt- und bedeutenden Großstädten; 37 Prozent in weniger bedeutenden Großstädten; 6 Prozent verlagern ihre Buchungen von Haupt- in Nebenstädte.
- 21 Prozent erwarten eine kürzere Vorlaufzeit für die Planung von Meetings, 18 Prozent einen Anstieg.

Über den American Express Meetings & Events Forecast

Der American Express Meetings & Events Forecast identifiziert Schlüsselaktivitäten und Trends für Meetings im Jahr 2012 auf einer globalen und regionalen Basis, um Veranstaltungsprofis und Führungskräfte auf strategischer Ebene dabei zu unterstützen, einen effektiven Nutzen aus ihren Investitionen in Meetings zu ziehen. Die Informationen zur Erstellung dieses Forecasts stammen aus aktuellen und geplanten Meeting-Aktivitäten von Kunden von American Express Meetings & Events und Maxvantage (in den USA und Kanada) und mehreren Studien von annähernd 200 führenden Hotelanbietern und Veranstaltungsprofis aus Nordamerika, Europa (Frankreich, Benelux, Deutschland, Skandinavien und Großbritannien), der Region Asien-Pazifik und Lateinamerika sowie Experteninterviews mit Meeting-Spezialisten, die für die Meeting-Aktivitäten in ihren jeweiligen Regionen zuständig sind.

Über American Express Meetings & Events

American Express Meetings & Events bietet als Sparte des Reisedienstleisters American Express Global Business Travel Leistungen von der Umsetzung von Programmen bis hin zu deren Optimierung und lässt Kunden von ihrer tiefgreifenden Erfahrungen bei Meetings und Events profitieren. Das Team besteht aus über 1.000 Angestellten weltweit, die auf die Finanzierung von Meetings und Events, Planung, Vertragsverhandlungen, Budgetierung, Ausgabenmanagement, Reporting und Benchmarking spezialisiert sind. Dies ist kombiniert mit einer strategischen Beratung und der Integration führender Technologien. Dieser ganzheitliche Ansatz ist darauf ausgerichtet, Transparenz zu schaffen, Sparmaßnahmen voranzutreiben und effektive Meeting-Erlebnisse zu ermöglichen. Mit mehr als 40 Jahren Erfahrung in der Industrie und der Präsenz in über 50 Ländern, ist American Express Meetings & Events in einer einzigartigen Position, um Unternehmen beim Management ihrer lokalen, regionalen und internationalen Meetings und Events zu unterstützen. American Express Meetings & Events arbeitet mit Marktführern, um seinen Kunden das bestmögliche Angebot zu liefern und schließt Partnerschaften, die den Kunden die nötige kreative Unterstützung für ihre Meetings und Events verschaffen.