

American Express Meetings & Events prognostiziert moderates Wachstum für 2020

Studie zeigt positive Stimmung in der Branche trotz negativer Spekulationen

New York, 16. September 2019 – Berichte über die Instabilität der wirtschaftlichen und politischen Lage haben keinen negativen Einfluss auf die Stimmung in der Meetings-&-Events-Branche – das ist das zentrale Ergebnis des „2020 Global Meetings and Events Forecast“ von [American Express Meetings & Events](#), einer Sparte von [American Express Global Business Travel \(GBT\)](#). Der Prognose zufolge zeigen sich Meetings-&-Events-Experten für das Jahr 2020 optimistisch und erwarten zum fünften Mal hintereinander ein stetiges Wachstum innerhalb der unterschiedlichen Veranstaltungs-Formate.

Die wichtigsten Ergebnisse des „2020 Global Meetings and Events Forecast“:

- Tagungsplaner legen deutlich stärkeren Wert auf die inhaltliche Ausgestaltung – die Umfrage lässt den Schluss zu, dass sie experimentelle Elemente für die Attraktivität einer Veranstaltung wichtiger finden als perfekte Logistik.
- Tagungsplaner integrieren Technologie auf eine Weise in ihre Veranstaltungen, die dem täglichen Umgang der Teilnehmer mit Technik entspricht. Auf diese Weise entsteht Authentizität.
- Gegenwärtig übersteigt die Nachfrage nach Meetings & Events das Angebot der Leistungsträger. Das schafft Herausforderungen für Organisatoren und Planer.
- Die Richtlinien der Unternehmen für das Management von Meetings & Events werden im Jahr 2020 zunehmend durchsetzungsfähiger. Die Richtlinien-treue wird voraussichtlich in allen Regionen 85 Prozent erreichen.
- Sicherheitsaspekte und bevorzugte Leistungsträger werden in den Richtlinien der Unternehmen für das Management von Meetings & Events wahrscheinlich am ehesten explizit geregelt.
- Seit Einführung der Datenschutz-Grundverordnung spielen der Datenschutz und die Einhaltung von Vorgaben eine wachsende Rolle in den Richtlinien der Unternehmen.

„Insgesamt ist es schön zu sehen, dass die Meetings-&-Events-Branche optimistisch auf das Jahr 2020 blickt. Veranstaltungen haben ihre Rolle als wichtiger Motor für Kommunikation und Wachstum in Unternehmen aller Arten und Größen gefestigt“, sagt Gerardo Tejado, General Manager von American Express Meetings & Events. „Die Herausforderung für Planer besteht nun darin, mehr aus dem herauszuholen, was sie bereits haben – die Schaffung nahtloser und individualisierter Prozesse für die Teilnehmer sowie die Nutzung der Technologie für authentische Momente.“

Europa: Prozesse sind alles – beinahe

Die Attraktivität und die Bewerbung von Veranstaltungen sind in Europa genauso wichtig wie anderswo, allerdings stehen die Meetings-&-Events-Spezialisten vor besonderen Herausforderungen – durch die Datenschutz-Grundverordnung und die politische Instabilität des Brexit. Planer müssen daher genau überlegen, wie sie ihre Event-Prozesse datenschutzkonform aufsetzen.

Die Gesamtausgaben für Meetings & Events werden voraussichtlich um 2,1 Prozent steigen, die Kosten pro Teilnehmer und Tag für Incentives und Sonderveranstaltungen um 1,9 Prozent. Steigende Budgets vorausgesetzt, würden 30 Prozent der Befragten sich auf die Optimierung der Prozesse am Ort konzentrieren, fünf Prozentpunkte mehr als im Vorjahr.

Nordamerika: Harte Arbeit macht sich bezahlt

Da Meeting-Experten in Nordamerika ein Jahr mit stabilem Wachstum erwarten können, zahlt sich ihre Arbeit im Meeting-Management aus. Nachdem über Jahre hinweg die Einhaltung der Richtlinien beworben wurde, haben drei Viertel der Unternehmen Prozesse für die formale Genehmigung implementiert.

In Nordamerika werden die Gesamtausgaben um moderate 1,6 Prozent steigen. Die Zahl der internen Konferenzen wird unverändert die höchste sein, obwohl ihr Anteil voraussichtlich von 30 auf 25 Prozent sinken wird. Das ist zum Teil auf eine steigende Zahl von Incentive-Reisen zurückzuführen, deren Anteil von elf auf 15 Prozent steigen könnte.

Asien/Pazifik: Ein Drahtseilakt

Zwar wird erwartet, dass die Gesamtausgaben für Meetings & Events im Jahr 2020 in allen Regionen steigen, in der Region Asien/Pazifik allerdings mit 1,3 Prozent am moderatesten. Die Planer der Region machen unverändert das Beste aus der Situation und stellen dabei die Teilnehmerprozesse in den Mittelpunkt. Die Umfrage zeigt, dass Meetings-&-Events-Spezialisten mit Budgetänderungen auf verschiedene Weise umgehen – sie reduzieren die Zahl der Übernachtungen (16 Prozent), die Zahl der Mitarbeiter am Ort (13 Prozent) oder die Zahl der benötigten Zimmer (13 Prozent). Gleichzeitig gaben 35 Prozent der Befragten an, dass sie in die Qualität der Veranstaltung am Ort investieren würden, wenn das Budget um zehn Prozent erhöht würde.

Zentral- und Südamerika: Bereit für Meetings-Technologie

Die Befragten in Zentral- & Südamerika prognostizieren ein stabiles Jahr für die Meetings-&-Events-Branche. Diese Region ist die einzige, in der die projektierten Budgeterhöhungen mit den erwarteten Ratensteigerungen Schritt halten könnten. Zentral- und Südamerika zeigen sich zudem am optimistischsten, was die Möglichkeiten angeht, die Prozesse durch Technologie zu optimieren.

Meetings-&-Events-Programme werden in der Region zunehmend formalisiert. Mehr als 81 Prozent der Befragten gaben an, sie verfügen über formelle Richtlinien, zentral zuständiges Personal sowie eigene Genehmigungsverfahren.

Die Gruppenraten der Hotels werden in der Region voraussichtlich um 2,3 Prozent, die Gruppentarife der Fluggesellschaften um 1,7 Prozent steigen – die Gesamtausgaben für Meetings & Events jedoch werden um gesunde 2,6 Prozent anziehen, die Zahl der Konferenzen und Messen um sechs Prozent.

Die wichtigsten Prognosen für 2020:

Gesamtzahl der Meetings & Events, Veränderungen von 2019 bis 2020

	Nordamerika	Europa	Zentral-/ Südamerika	Asien/Pazifik
Internes Teammeeting/Training	+ 2,09 %	+ 1,00 %	+ 1,51 %	+ 1,68 %
Produkteinführung (intern/extern)	+ 2,41 %	+ 1,72 %	+ 2,29 %	+ 1,87 %
Konferenz/Messe	+ 1,65 %	+ 1,23 %	+ 1,75 %	+ 2,00 %
Management-Konferenz/ Vorstandssitzung	+ 1,65 %	+ 1,10 %	+ 1,59 %	+ 1,47 %
Kunden-/Kundenbeiratssitzung	+ 2,41 %	+ 1,80 %	+ 1,44 %	+ 2,28 %
Incentive/Sonderveranstaltung	+ 2,54 %	+ 1,79 %	+ 1,65 %	+ 0,98 %

Gesamtausgaben für Meetings & Events, Veränderungen von 2019 bis 2020

Nordamerika	Europa	Zentral-/ Südamerika	Asien/Pazifik
+ 1,6 %	+ 2,1 %	+ 2,6 %	+ 1,3 %

Fokus auf Attraktivität einer Veranstaltung oder auf perfekte Logistik

	Nordamerika	Europa	Zentral-/ Südamerika	Asien/Pazifik
Logistik	45,5 %	44 %	41 %	39 %
Attraktivität	54,5 %	56 %	59 %	61 %

Optimistische Sicht auf die Möglichkeiten, Meetings & Events durch Technologie zu optimieren

Nordamerika	Europa	Zentral-/ Südamerika	Asien/Pazifik
59 %	53 %	82 %	46 %

Der „2020 Global Meetings and Events Forecast“ von GBT bietet zudem drei spezialisierte Kapitel:

- „Small Meetings: The Next Frontier of Meetings Management“: Das Kapitel befasst sich mit den Herausforderungen kleiner Meetings & Events und neuen technologiebasierten Lösungen dafür.
- „Delivering a Personalized Incentive Travel Program“: Das Kapitel bietet praktische Ratschläge für die Kultivierung von Incentive-Programmen, mit denen sich verdiente Mitarbeiter wirklich geschätzt fühlen, und zur Optimierung der Wirksamkeit solcher Programme.
- „Planners Want Pain-Free Reconciliation to Paint More Robust Meeting Spend Pictures“: Das Kapitel, das auf einer Umfrage in Zusammenarbeit mit der BTN Group basiert, untersucht Trends und Herausforderungen, was Abrechnungen und die Bezahlung von Meetings & Events angeht.

Der „2020 Global Meetings and Events Forecast“ von GBT beruht auf einer Umfrage unter mehr als 550 Experten für Meetings & Events auf der ganzen Welt sowie auf Interviews mit Branchenexperten. Die Befragten repräsentieren Unternehmen, Verbände, Käufer und Leistungsträger aus fünf Kontinenten und 33 Ländern. Das Ergebnis ist ein statistisch und global repräsentatives Bild der Meetings-& Events-Branche 2020.

Die vollständige Studie sowie weitere Informationen zum Thema stehen [hier](#) zum Download bereit.

American Express Meetings & Events

American Express Meetings & Events, eine Sparte von American Express Global Business Travel (GBT), bietet langjährige Erfahrung, Expertise und umfangreiche Ressourcen von der Programmeinführung bis zur Budget-Optimierung, um Kunden leistungsstarke Tagungen und Veranstaltungen zu ermöglichen. Das weltweite Team konzentriert sich auf den Einkauf von Tagungen und Veranstaltungen, auf Planung, Vertragsverhandlungen, Budgetplanung, Ausgabenmanagement, Reporting und Benchmarking, kombiniert mit strategischer Beratung und führender Technologie. Der umfassende Ansatz schafft Sichtbarkeit, fördert Einsparungen und ermöglicht effektive Veranstaltungen.

Mit mehr als 50 Jahren in der Branche und Präsenz in mehr als 100 Märkten ist American Express Meetings & Events bestens aufgestellt, um Tagungen und Veranstaltungen auf lokaler, regionaler, internationaler und globaler Ebene auszurichten. Das umfassende Leistungsportfolio des Unternehmens deckt sämtliche Anforderungen der Kunden ab, insbesondere durch die Übernahme der internationalen Event-Management-Agentur Banks Sadler im Jahr 2017 und die Akquisition des Geschäftsreiseanbieters HRG 2018, einschließlich ihrer Abteilung für Meetings & Events. American Express Meetings & Events arbeitet mit führenden lokalen Unternehmen zusammen, um das Angebot für die Kunden zu vergrößern.

American Express Meetings & Events wurde 13 Jahre nacheinander in die Listen „CMI 25“ von Meetings Net aufgenommen, einem jährlichen Handbuch der größten und einflussreichsten Tagungs- und Incentive-Anbieter mit Blick auf den US-Markt.

Mehr Informationen unter www.amexglobalbusinesstravel.com/meetings-and-events/.

American Express Global Business Travel

American Express Global Business Travel (GBT) stattet Unternehmen aller Größen mit den Informationen, Tools, Dienstleistungen und dem Fachwissen aus, die sie brauchen, damit ihre Reisenden informiert, produktiv und auf

ihre Aufgaben konzentriert unterwegs sein können. Mit rund 12.000 Mitarbeitern und Angeboten in nahezu 120 Ländern auf der ganzen Welt ermöglicht GBT seinen Kunden die Kontrolle über ihre Travel-Management-Programme, die Optimierung der Renditen ihrer Investitionen in Reisen und Veranstaltungen sowie gleichzeitig – und mindestens genauso wichtig – außergewöhnliche Fürsorge für die Reisenden.

Mehr Informationen unter www.amexglobalbusinesstravel.com/de/, twitter.com/amexgbt und linkedin.com/company/american-express-global-business-travel/.

„American Express Meetings & Events“ ist ein Service von American Express Global Business Travel (GBT). GBT ist ein Joint-venture, das sich nicht vollständig im Besitz von American Express Company oder einer seiner Tochtergesellschaften („American Express“) befindet. „American Express Global Business Travel“, „American Express“ und das Logo von American Express sind Markenzeichen von American Express und werden unter eingeschränkter Lizenz verwendet.

PR-Partner von American Express Global Business Travel in Deutschland

XSP Kommunikation GmbH

Beate Zwermann, Stefan Becker

Telemannstraße 20, 60323 Frankfurt am Main

Tel.: +49 69 713 74 98–11, E-Mail: becker@xsp-frankfurt.de