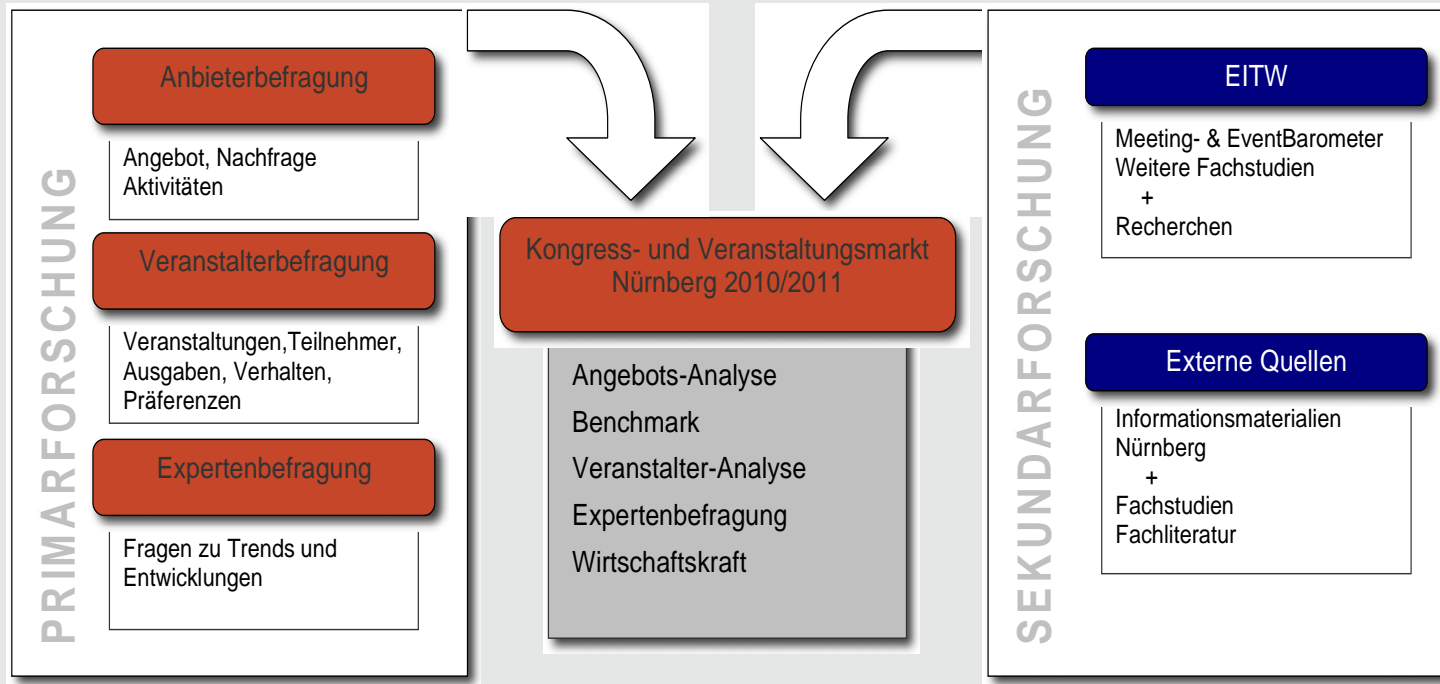


Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber
Europäisches Institut für TagungWirtschaft GmbH (EITW)

04. April 2011

Methodik



Basis: eigene Darstellung, EITW 2011

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

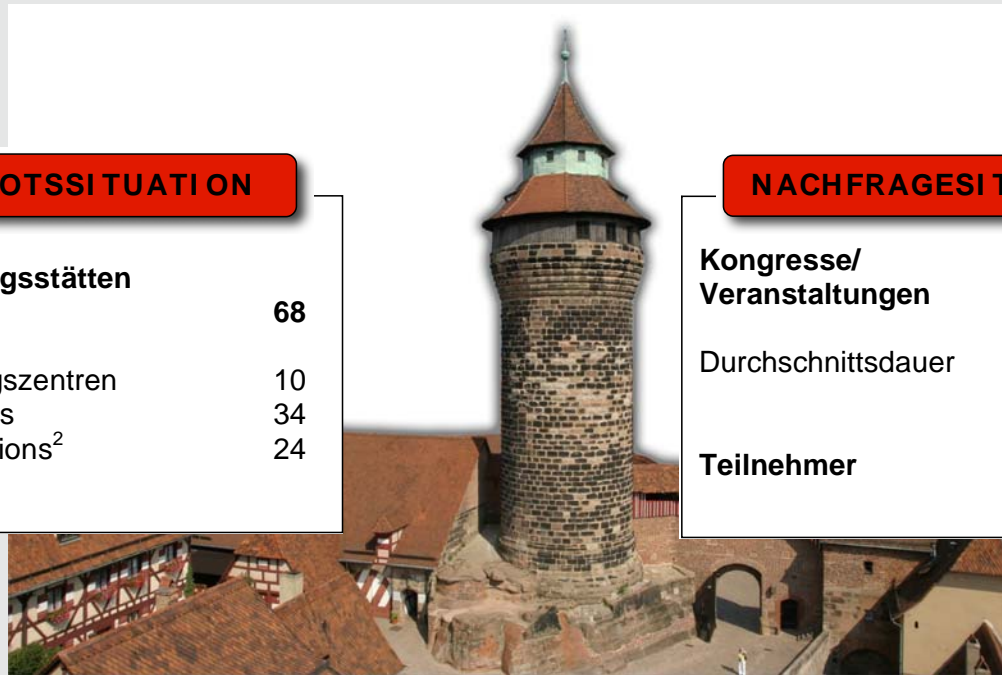
Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt in Nürnberg 2010/2011

ANGEBOTSSITUATION

Veranstaltungsstätten Gesamt¹	68
Veranstaltungszentren	10
Tagungshotels	34
Special Locations ²	24

NACHFRAGESITUATION

Kongresse/ Veranstaltungen	25.618
Durchschnittsdauer	1,57 Tage
Teilnehmer	1,298 Mio.

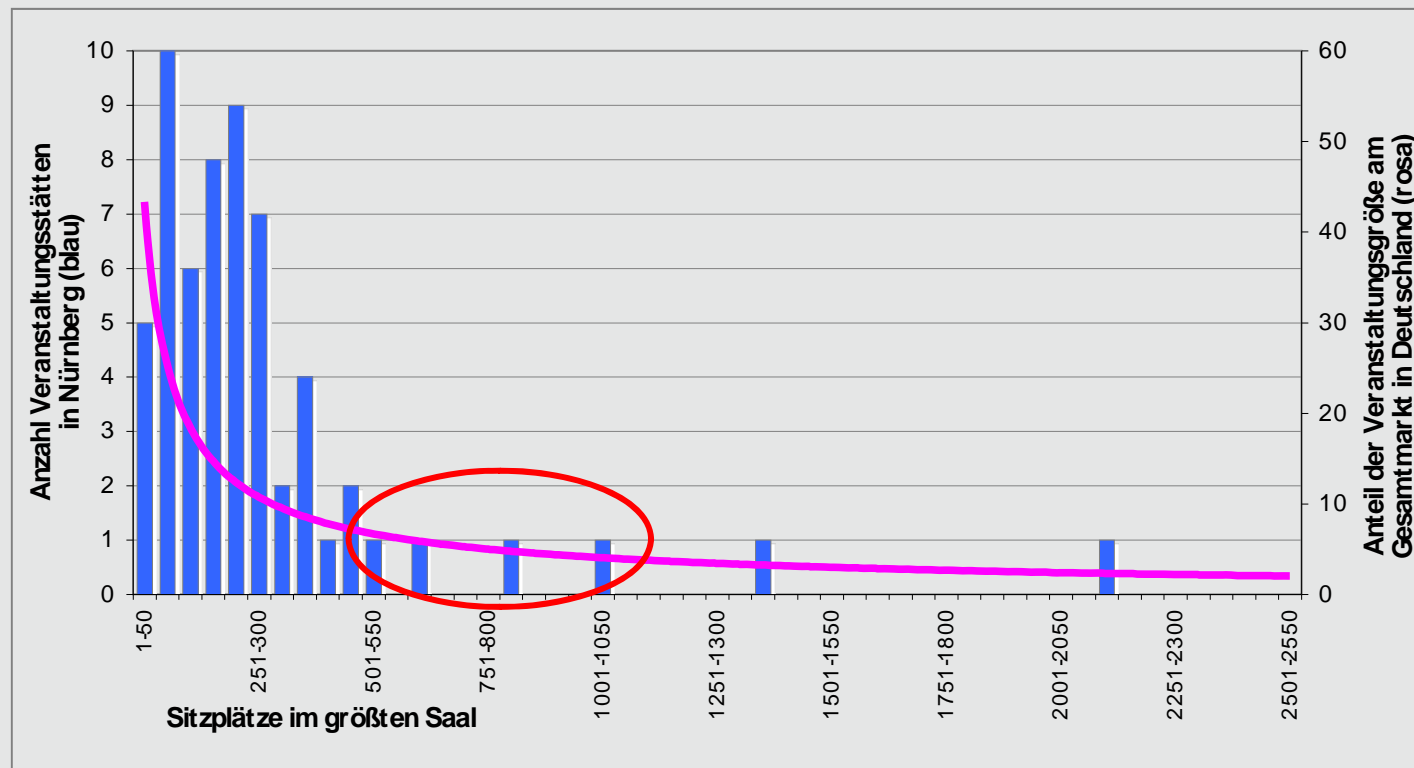


1 Betriebe mit mindestens 20 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung
 2 außergewöhnliche Veranstaltungsstätten wie Burg/Schloss, Museum, Fabrikhalle, Hochschule etc.

Basis: Anbieterbefragung Nürnberg, EITW 2010, eigene Recherchen

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

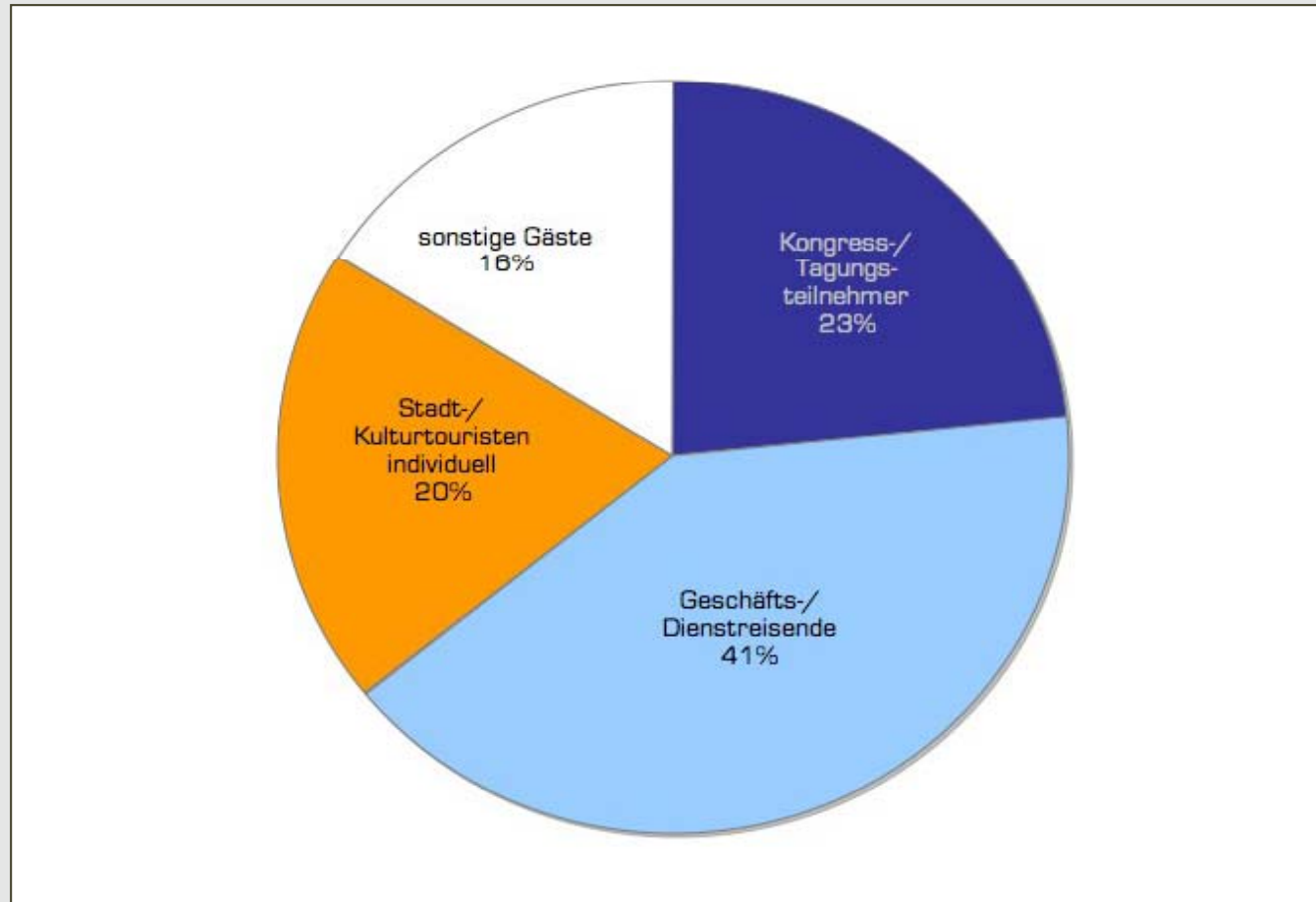
... aber bei der Verteilung der verfügbaren Sitzplätze im größten Raum klappt in Nürnberg eine Lücke



Basis: Anbieterbefragung, Sitzplatzkapazität (Reihenbestuhlung) im größten Tagungsraum;
eigene Erhebungen; Meeting- & EventBarometer

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

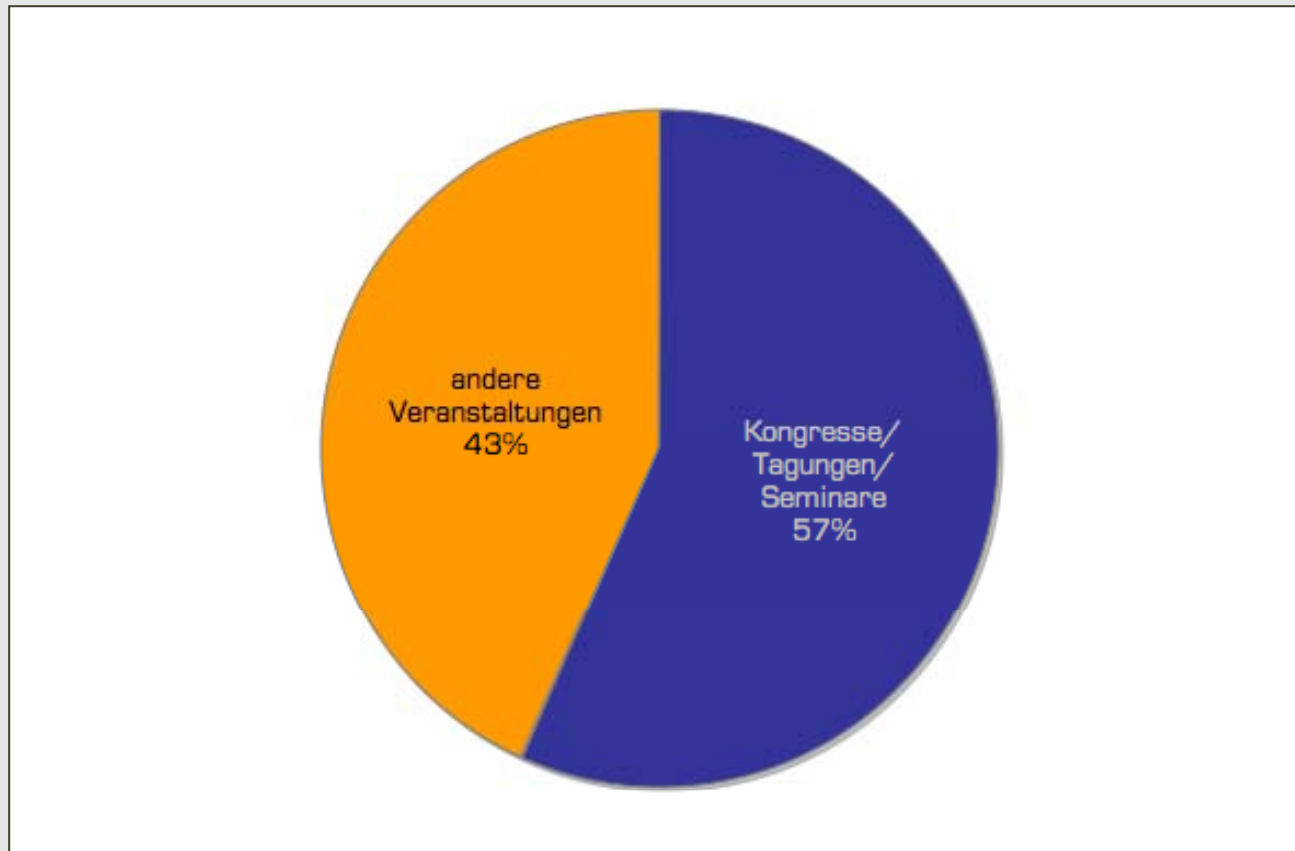
Geschäftsreisende machen in Nürnberger Tagungshotel genau zwei Drittel der Gäste aus



Basis: Anbieterbefragung, Prozentuale Aufteilung Ihres Übernachtungsaufkommens (nur für Übernachtungsbetriebe)

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

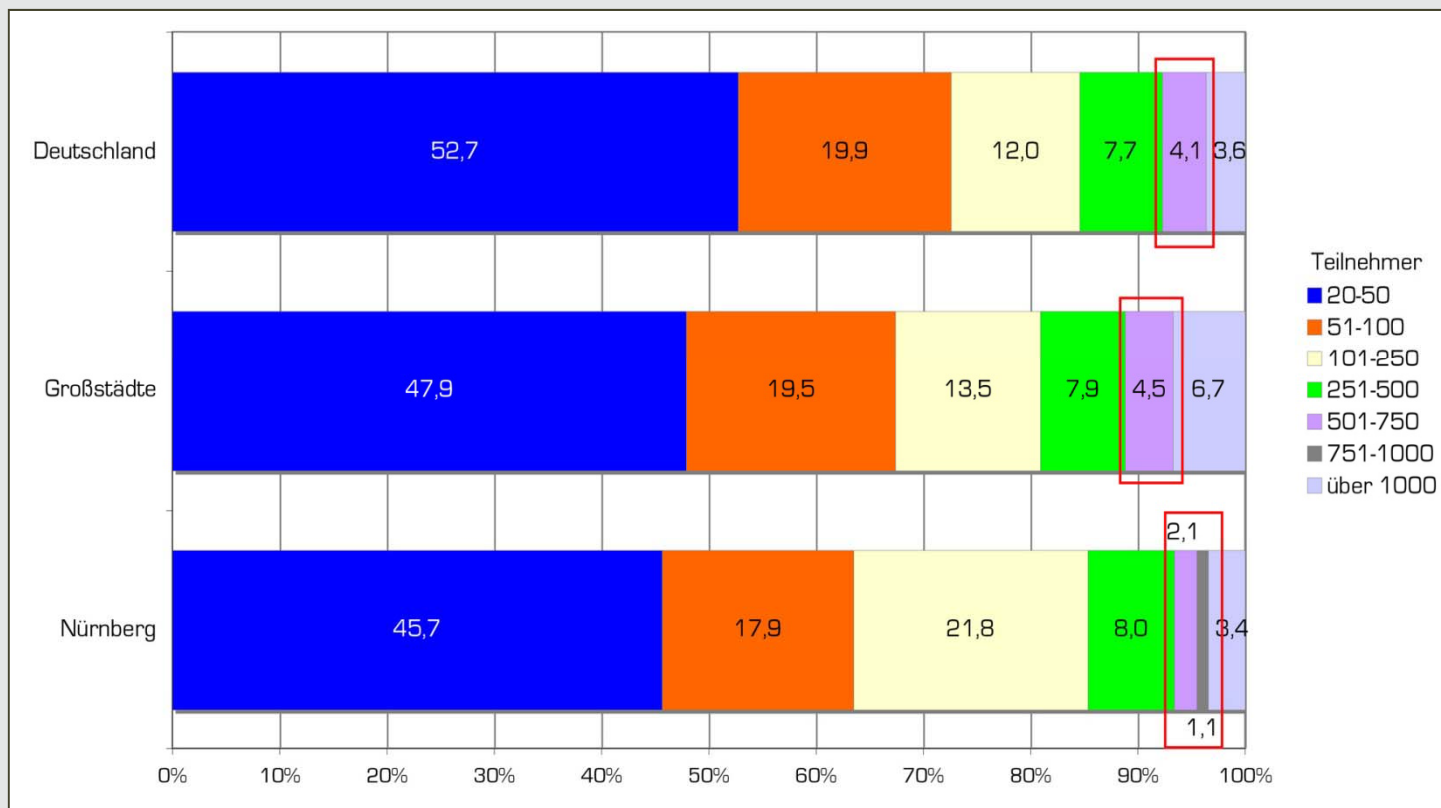
Mehr als die Hälfte aller Veranstaltungen in Nürnberg sind Kongresse, Tagungen und Seminare



Basis: Anbieterbefragung, Welchen Anteil an Ihrem Gesamtveranstaltungsaufkommen machen Kongresse, Tagungen und Seminare aus?

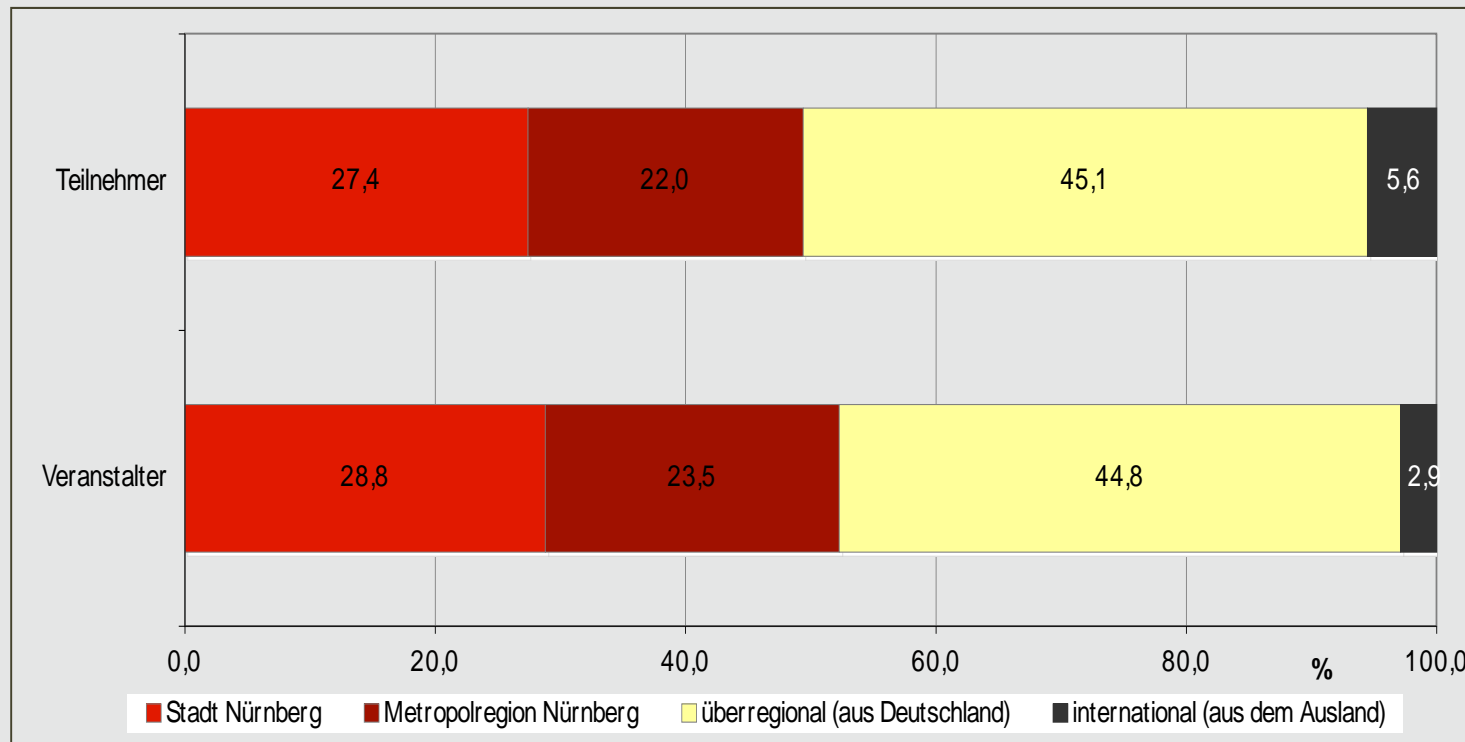
Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

„500 - 1.000-Segment“ deutschlandweit ausgeprägter als in Nürnberg – besonders in den Großstädten



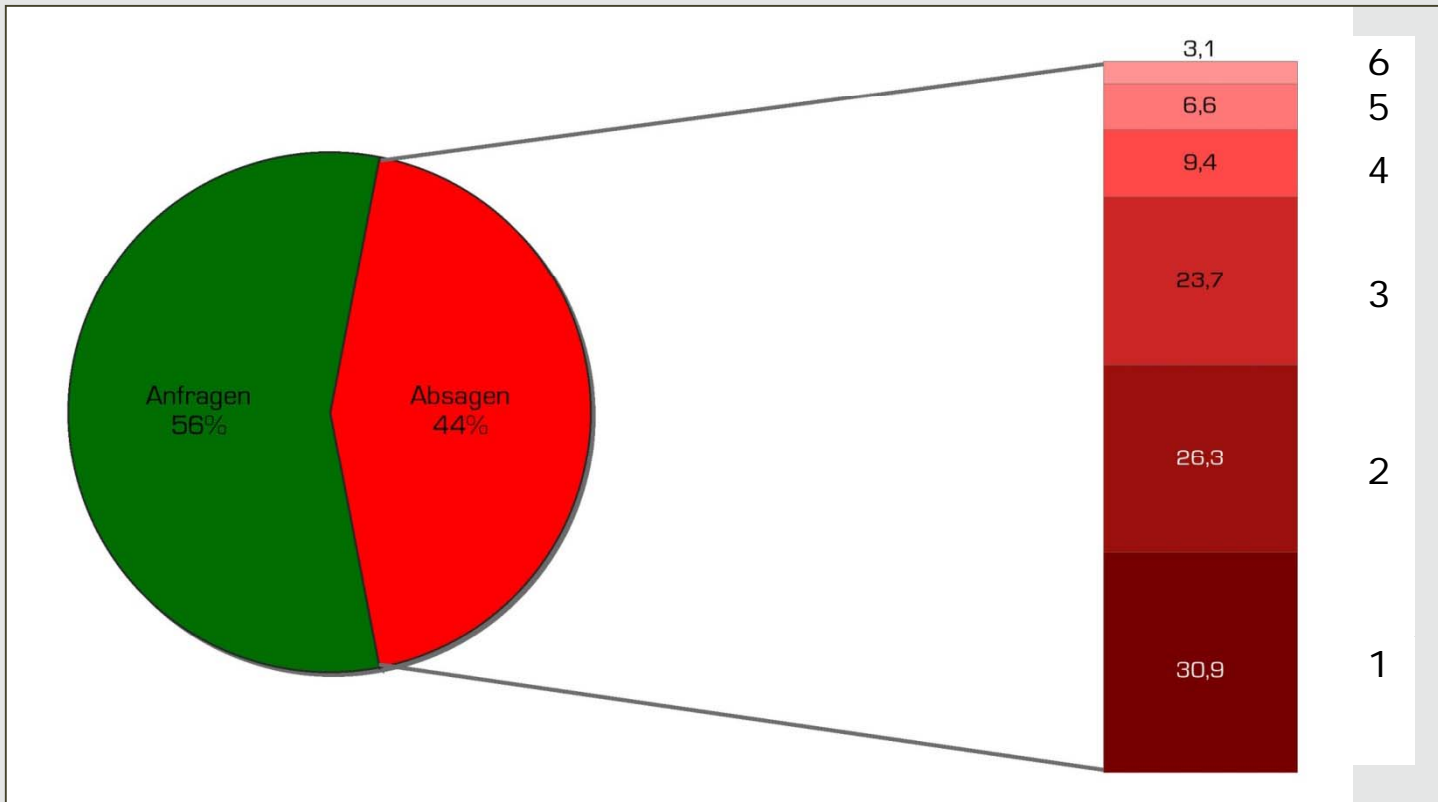
Basis: Anbieterbefragung, Differenzierung der Veranstaltungsgröße; Meeting- & EventBarometer 2009/2010

Herkunft der Nürnberger Veranstaltungsgäste: über 50% überregional (national/international)



Basis: Anbieterbefragung, Wie teilen sich die Teilnehmer insgesamt auf die folgenden Einzugsgebiete auf?
Herkunft (der Veranstalter)

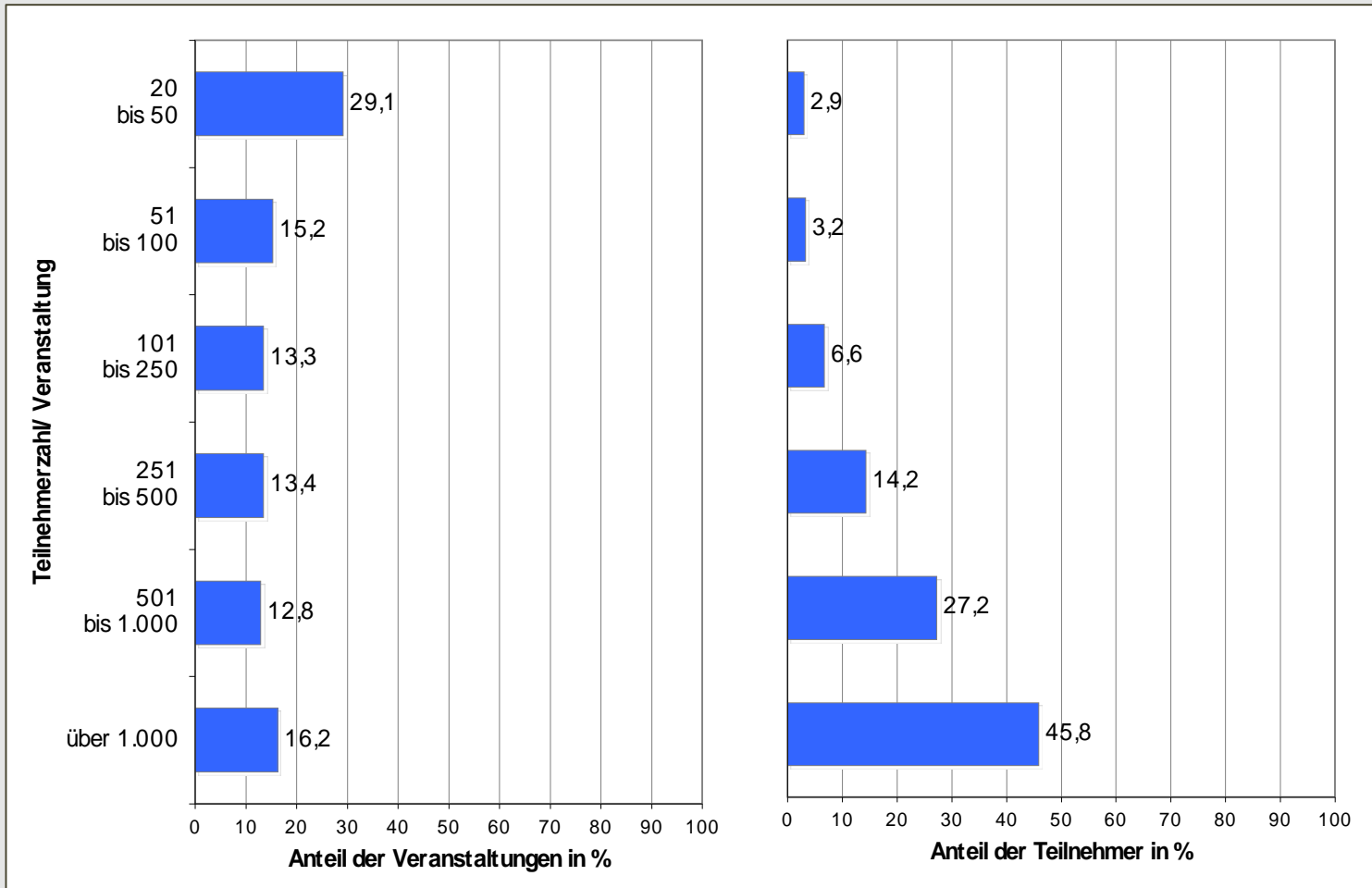
Fast jede zweite Kongress-Anfrage endet in Nürnberg mit einer Absage!



- | | |
|--|--|
| 1 Kapazitätsgründe | 4 sonstige Gründe |
| 2 Termingründe | 5 keine geeigneten Räume für Rahmen- & Abendprogramm |
| 3 Entscheidung für andere Stadt | 6 Image von Nürnberg |

Basis: Anbieterbefragung, Wie viele Anfragen wurden 2009 abgesagt? Bitte teilen Sie die Gründe dafür prozentual auf!

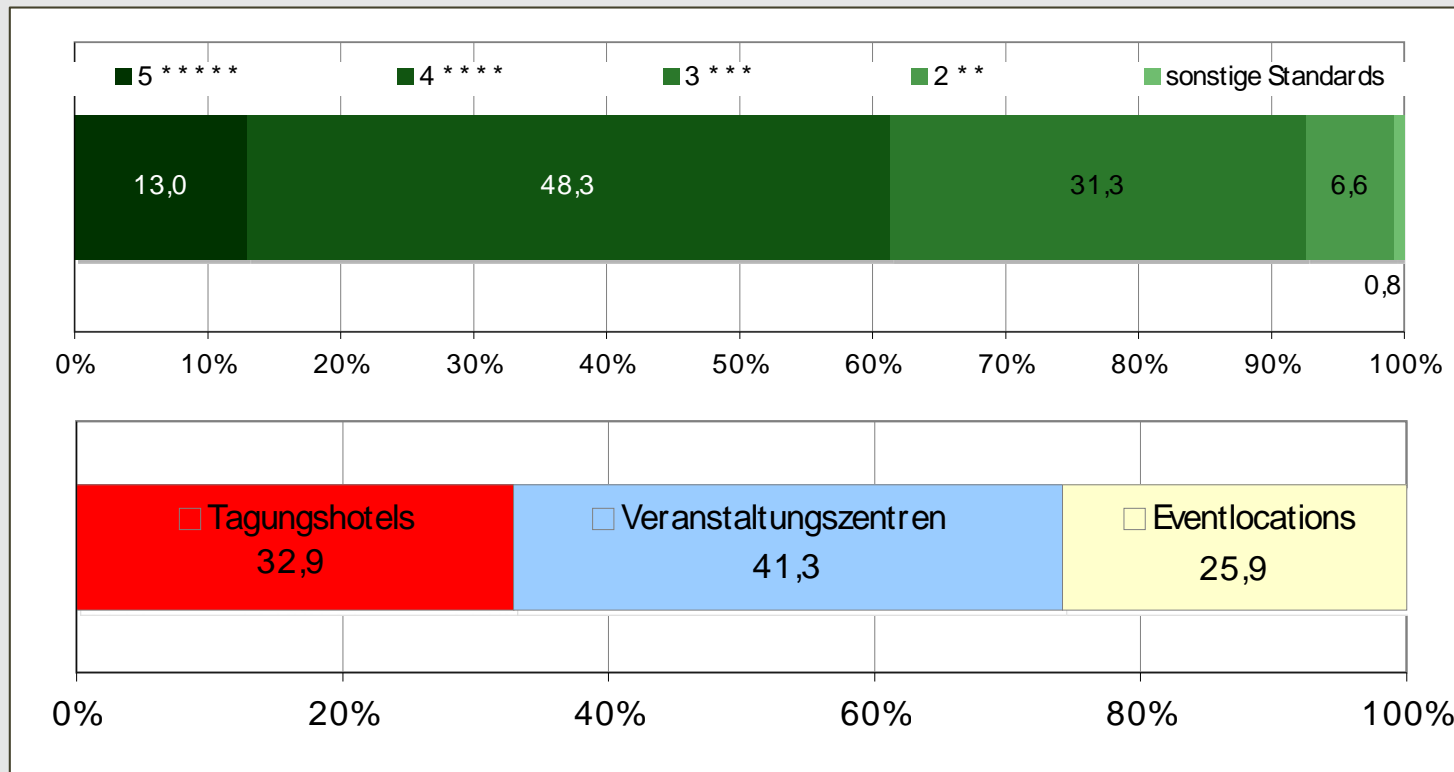
Veranstaltungs-Größenklassen der Veranstalter: 27,2 % der Teilnehmer entfallen auf „N-Marktlücke“



Basis: Veranstalterbefragung, Differenzierung Ihrer Veranstaltungen nach Größe;
eigene Berechnungen (Gewichtung der Klassen mit dem mittleren Wert der Klasse)

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Veranstalter erwarten 3 bis 4*-Hotels und einen guten Mix der Veranstaltungsstätten



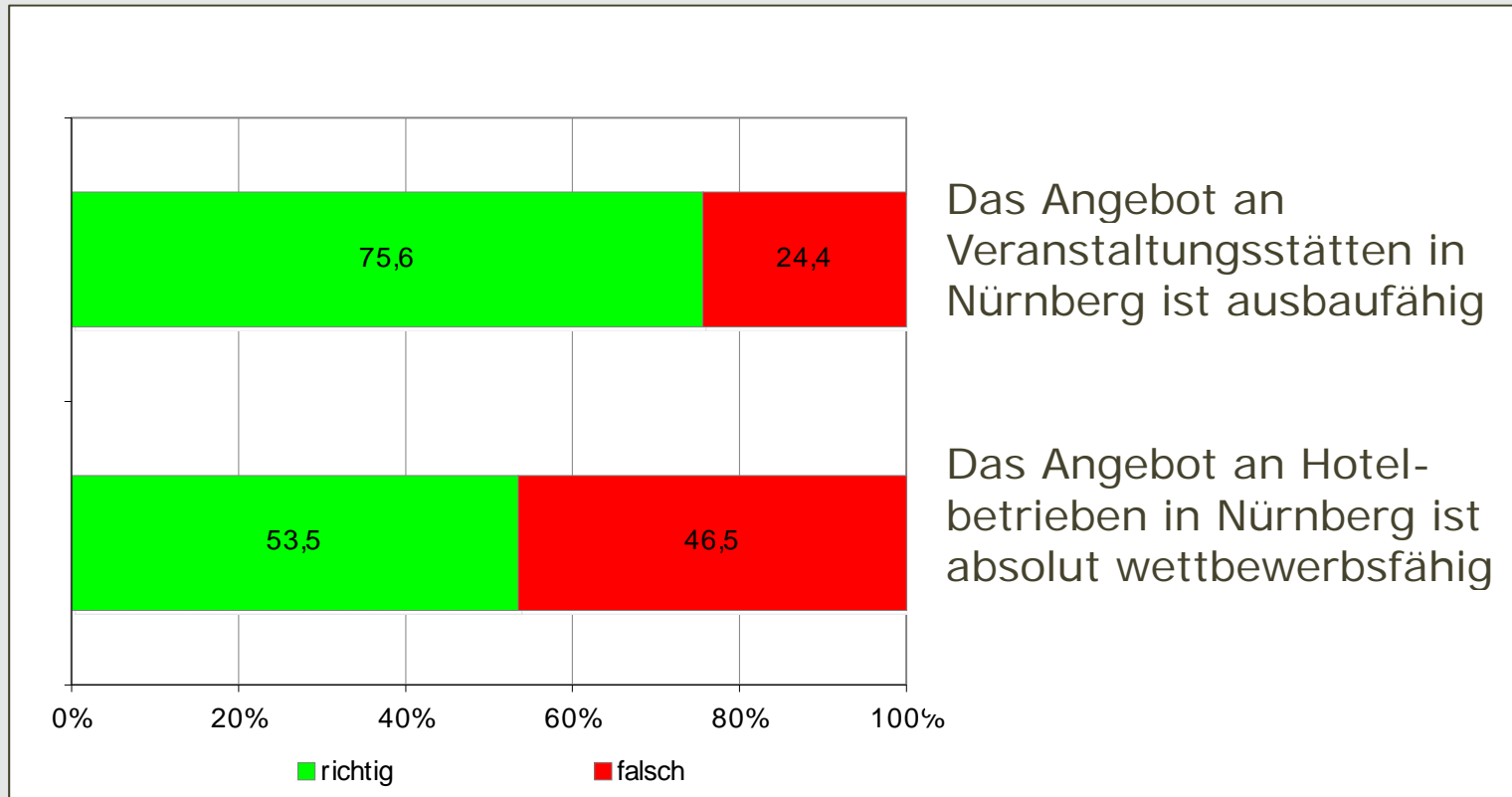
Basis: Veranstalterbefragung, Welche Hotelangebote werden von Ihren Teilnehmern erwartet?
Bitte teilen Sie Ihre Kongresse/Tagungen/Seminare prozentual auf die folgenden Arten von Veranstaltungsstätten auf!

Nürnberg = Top-Destination für Veranstalter: Platz 2 hinter Berlin noch vor München

Destinationen	Nennungen
Berlin	18
Nürnberg	15
München	14
Hamburg	6
Frankfurt am Main	5
Dresden	4
Leipzig	4
Stuttgart	3
Deutschland	2
Düsseldorf	2
Hannover	2
Köln	2
Barcelona	2
Wien	2

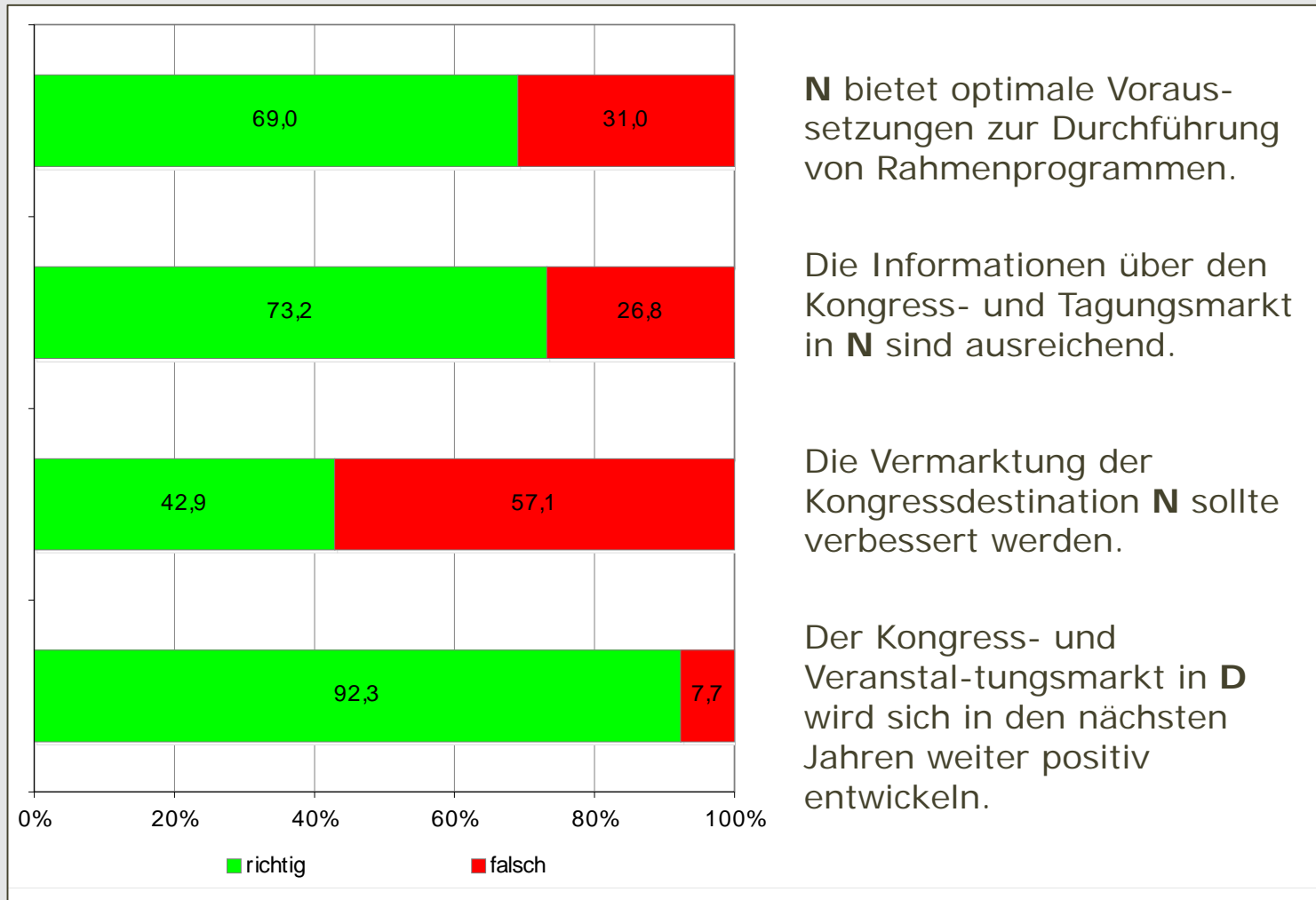
Basis: Veranstalterbefragung, Was sind Ihre Top-Tagungs-Destinationen? Bitte geben Sie drei an! (Freitextfelder)

Statements zur Hardware in Nürnberg



Basis: Veranstalterbefragung, Bitte geben Sie Ihre Meinung zu den folgenden Statements mit „richtig“ oder „falsch“ an!

Positive Resonanz zu den „soft facts“ in Nürnberg...



N bietet optimale Voraussetzungen zur Durchführung von Rahmenprogrammen.

Die Informationen über den Kongress- und Tagungsmarkt in N sind ausreichend.

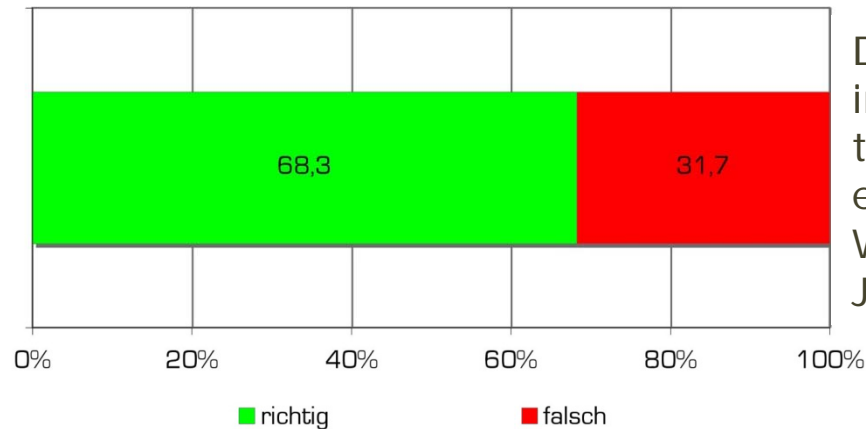
Die Vermarktung der Kongressdestination N sollte verbessert werden.

Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt in D wird sich in den nächsten Jahren weiter positiv entwickeln.

Basis: Veranstalterbefragung, Bitte geben Sie Ihre Meinung zu den folgenden Statements mit „richtig“ oder „falsch“ an!

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Prognose für Tagungsdestination Nürnberg



Durch seine Anstrengungen im Kongress- u. Veranstaltungsbereich wird Nürnberg ein überdurchschnittliches Wachstum in den nächsten Jahren verzeichnen können.

- PCOs am optimistischsten
- Sowohl Unternehmen als auch Organisationen sehen Potential
- Nürnberg-Kenner setzen verstärkt auf Wachstum

Basis: Veranstalterbefragung, Bitte geben Sie Ihre Meinung zu den folgenden Statements mit „richtig“ oder „falsch“ an!

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Experten sind auch der Meinung, dass...

- sich der Markt zukünftig schnelllebiger entwickeln wird.
- im Rahmen von Einsparungen der Faktor Zeit auch bei Anreise bzw. Transport noch wichtiger werden wird.
- sich neue (hybride) Veranstaltungsformen entwickeln werden - dafür werden andere wegfallen.
- Größenklassen mit über 750 bzw. 1.000 Teilnehmern an Bedeutung gewinnen werden.
- größerer Druck auf Kommunen hinsichtlich Modernisierungen und zum Teil auch Neubauten von Veranstaltungszentren entstehen wird.

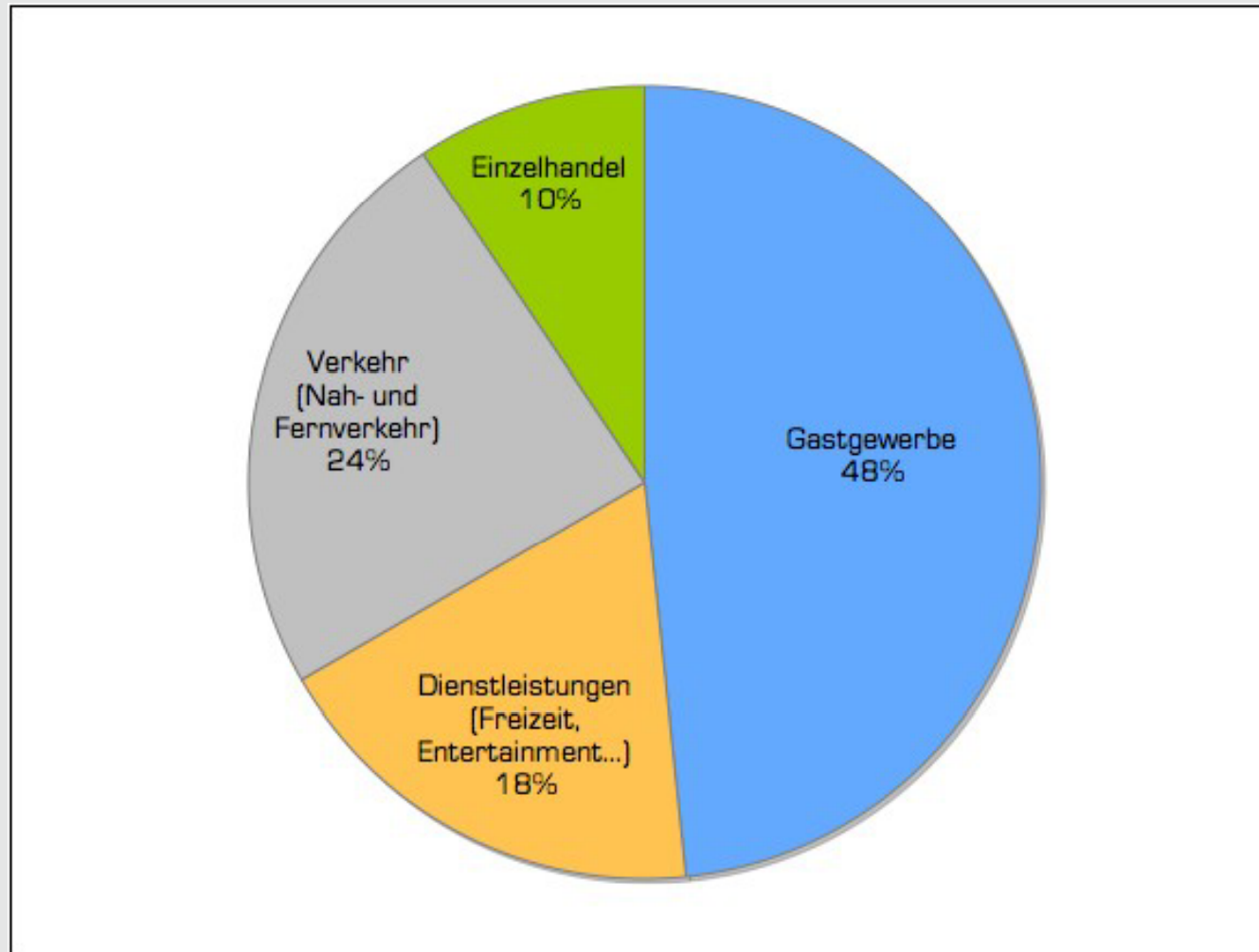
Wirtschaftskraft des Nürnberger Veranstaltungsmarktes

Die zentralen Wirtschaftszahlen für Nürnberg

Zahl der Veranstaltungen in Nürnberg 2009	25.618
Gesamtteilnehmer am Veranstaltungsmarkt in Nürnberg - davon Übernachtungsgäste	1.297.811 539.889
Ausgaben pro Teilnehmer mit Übernachtung pro Tag	392,36 €
Bruttoumsätze der Teilnehmer - davon in verbleiben in Nürnberg	479,8 Mio. € 296,4 Mio. €
Einkommenswirkung gesamt (Wertschöpfung 1. und 2. Stufe)	239,5 Mio. €
Einkommensäquivalent	10.580
Steuereinnahmen für Nürnberg	5,99 Mio. €

Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Gastgewerbe und Verkehr profitierenden am stärksten von den erwirtschafteten 479,8 Mio. des Tagungsmarktes



Kongress- und Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Was machen wir jetzt mit dem Wissen?

**Kongress- und Veranstaltungs-
Management, Marketing, Monitoring
für die Stadt Nürnberg**

Wie geht es weiter?

Perspektiv-Bausteine

1. Erweiterung des Hotelangebots (mit Bankett) im mittleren/gehobenen Preissegment
2. Schaffung von Veranstaltungskapazitäten für 500 bis 1000 Teilnehmer im größten Saal
3. Einrichtung eines zentralen Convention Büros
4. Schärfung des Kongress-Marketings