

















Inhaltsübersicht

1	Einleitung	04
2	Der Kongress- und Veranstaltungsmarkt in Nürnberg 2018	09
3	Fokus TagungsBarometer-Teilnehmer: Veranstaltungen, Teilnehmer, Veranstalter	21
4	Vergleich TagungsBarometer Nürnberg mit dem Meeting- & EventBarometer Deutschland	44
5	Zentrale Ergebnisse und Perspektiven	51
6	Anhang	54



EINLEITUNG



Zielsetzung

Ziel der Destination Nürnberg

Die gezielten Marketingaktivitäten von NürnbergConvention sollen überprüft und dokumentiert werden.

In der ständigen Kontrolle und Rückmeldung von Veränderungen liegt das Potential



... zur detaillierten Ausrichtung der verschiedenen Marketingmittel

... zur schnellen Reaktion auf aktuelle Marktveränderungen

... zur umfassenden Kommunikation an die Partner nach innen und außen

... zur Stärkung des Bewusstseins aller involvierten Partner

... für eine Argumentationsgrundlage gegenüber politischen Gremien



Weitere Vorteile und Nebeneffekte





Durchführung

Die teilnehmenden Betriebe geben monatlich folgende Informationen zu Tagungen und Veranstaltungen in ihren Betrieben in eine Online-Maske ein:



Veranstaltungen und Teilnehmer

Veranstaltungen differenziert nach Art und Größe

Begleitende Ausstellungen und Rahmenprogramme

Anteil ausländischer Teilnehmer

Veranstalter nach Branchen

Veranstalter, nach Herkunft, etc.

EINLEITUNG



Methodik

Basis für die Berechnungen der Nachfragesituation auf dem Veranstaltungsmarkt in Nürnberg bilden die Eingaben des TagungsBarometers sowie eine vollständige Liste aller zum Veranstaltungsmarkt gehörigen Veranstaltungsstätten.

BEACHTE: 2016 wurden Umstrukturierungen durchgeführt, die dazu führten, dass ein direkter Vergleich zu den Vorjahren in Bezug auf die hochgerechneten Werte nicht mehr direkt möglich ist. Die Werte von 2016 bieten aber eine Vergleichsbasis für die Jahre 2017 und 2018, so dass die hochgerechneten Zahlen beginnend mit 2016 auch direkt mit zukünftigen Ergebnissen des Tagungsbzw. Meeting- &EventBarometers verglichen werden können.

Auch bei der Darstellung von gewichteten Größenklassen ist durch das neu strukturierte Angebot (die Gewichtung ist unmittelbar mit der Angebotsstruktur verbunden) ein direkter Vergleich rückwirkend nur bis 2016 möglich, zu den Vorjahren ist der Vergleich verzerrt.

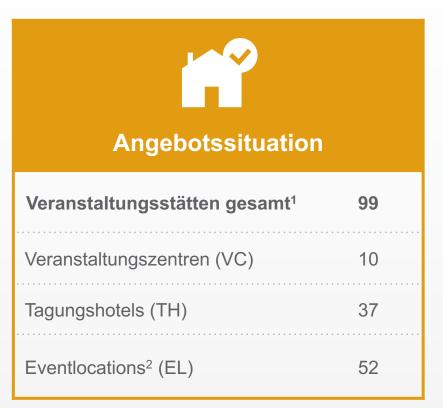


DER GESAMTMARKT NÜRNBERG 2018



Veranstaltungsmarkt Nürnberg 2018

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Nachfragesituation								
Veranstaltungen	30.276							
Teilnehmer	1,96 Mio.							

¹⁾ Betriebe mit mindestens 25 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

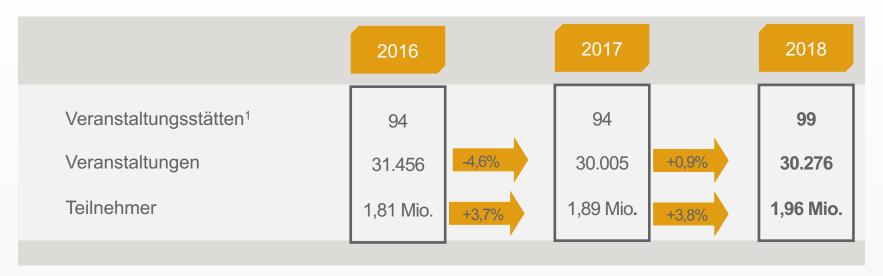
²⁾ Besondere Veranstaltungsstätten (wie z.B. Museum, Club, Zoo, etc.)

DER GESAMTMARKT NÜRNBERG 2017



Langzeitvergleich Veranstaltungsmarkt Nürnberg

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018 und Informationen von NürnbergConvention



In Nürnberg weist der Veranstaltungsmarkt - entgegen der gesamtdeutschen Entwicklung - nicht nur bei den Teilnehmern, sondern auch bei den Veranstaltungen einen Anstieg auf. Durch die stärkere Zunahme bei den Teilnehmerzahlen werden Veranstaltungen somit tendenziell größer.

Angebotsseitig ist die Zahl der Veranstaltungsstäten um 7 Eventlocations gestiegen, ein Veranstaltungszentrum wurde geschlossen, ein weiteres Veranstaltungszentrum war 2018 aufgrund von Renovierungsarbeiten ganzjährig geschlossen, geht aber 2019 wieder an den Markt.

1) Betriebe mit mindestens 25 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung.





Nachfrage: Veranstaltungen und Teilnehmer pro Veranstaltungsstätte

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

Das Angebot an Veranstaltungsstätten, erweitert sich vor allem bei den Eventlocations weiterhin stark. Die Zahl der Veranstaltungszentren geht dagegen zurück.

306 Veranstaltungen pro Veranstaltungsstätte wurden durchschnittlich durchgeführt.

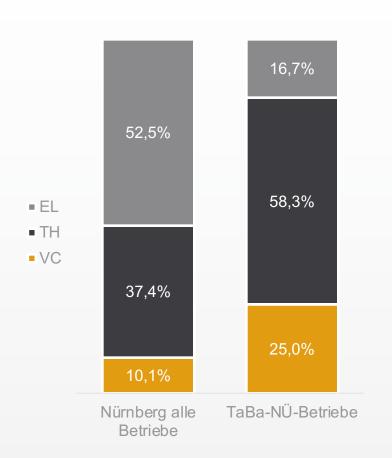
Der Durchschnittswert ist im Vergleich zum Vorjahr (2017 = 319) leicht abgesunken.

Durchschnittlich nahmen rund 65 Personen an einer Veranstaltung teil.



Angebot: Veranstaltungsstätten

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Die 99 Veranstaltungsstätten in Nürnberg teilen sich wie folgt auf:

Die Eventlocations (EL) dominieren mit mehr als der Hälfte aller Betriebe. Die Tagungshotels (TH) bilden die zweitstärkste Art von Veranstaltungsstätten. Der Anteil der Veranstaltungszentren (VC) ist durch die (temporäre) Schließung zweier Häuser kleiner geworden.

Die Aufteilung der Veranstaltungsstätten-Arten innerhalb des TagungsBarometers hat sich im Vergleich zum Vorjahr nicht verändert und weicht vom tatsächlichen Markt insofern ab, dass die Veranstaltungszentren und Tagungshotels deutlich stärker repräsentiert sind.

Hinweis: die zurückhaltende Teilnahme der Eventlocations an der MICE-Marktforschung ist ein destinationsübergreifendes Phänomen.



Angebot: Kapazitäten insgesamt und im größten Raum

Basis: EITW und Informationen des NürnbergConvention Bureaus 2018

In Nürnberg belaufen sich die Kapazitäten aller Veranstaltungsstätten im jeweils größten Saal auf über 32.700 Plätze.

In der nachstehenden Abbildung werden die Verteilung der Betriebe und die Verteilung der Kapazitäten (gemessen am jeweils größten Raum) nach Veranstaltungsstätten-Arten gegenübergestellt.





Angebot: Kapazitäten

Basis: EITW und Informationen des NürnbergConvention Bureaus 2018

Die Kapazitäten von Veranstaltungsstätten innerhalb einer Veranstaltungsstätten-Art können stark voneinander abweichen. Durch den Vergleich von Mittelwerten (durchschnittliche Kapazität im größten Raum) lassen sich jedoch zwei Aspekte betrachten: Einerseits zeigt sich, dass die Räume der Veranstaltungszentren in Nürnberg um ein vielfaches größer sind als in den Eventlocations und **Tagungshotels** (mit 10 Veranstaltungszentren werden fast 40% der Plätze im größten Saal abgedeckt (vgl. S. 10 & 14)). Andererseits können die Mittelwerte mit denen anderer Destinationen verglichen werden. So zeigt sich, dass die Veranstaltungsstätten in Nürnberg insgesamt kleinere Tagungskapazitäten aufweisen als vergleichbare Großstädte.

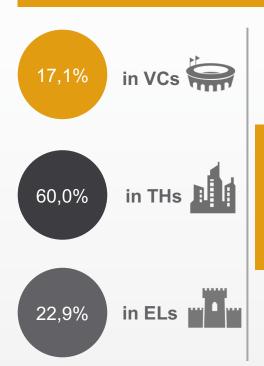
Mittelwerte der Kapazitäten im größten Raum	Kapazitäten Nürnberg	Kapazitäten vergleichbarer Großstädte
Veranstaltungszentren	1.267,5	1.617,3
Tagungshotels	177,7	257,1
Eventlocations	259,9	392,5



Nachfrage: Veranstaltungen nach Veranstaltungsstätten-Arten

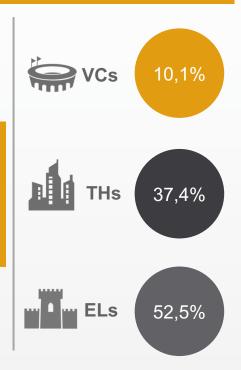
Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

Verteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungsstätten-Arten bei 30.276 Inhouse-Veranstaltungen 2018 Verteilung der Veranstaltungsstätten nach Veranstaltungsstätten-Arten 2018 bei 99 Veranstaltungsstätten



60,0%

der Veranstaltungen werden durch die Tagungshotels gebunden, auch wenn sie nur 37,4% der Betriebsstätten ausmachen.





Aufteilung der Veranstaltungen auf die Veranstaltungsstätten-Arten

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018



Die Aufteilung der Veranstaltungen auf die Arten von Veranstaltungsstätten zeigt, dass die Veranstaltungszentren ihren Anteil am Veranstaltungsvolumen im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht ausbauen konnten.

Der Anteil der **Eventlocations** steigt ebenfalls weiter an.

Die Tagungshotels verlieren anteilig an Dominanz, führen in Nürnberg aber nach wie vor die meisten Veranstaltungen durch.



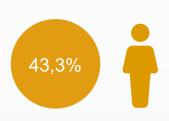
Nachfrage: Teilnehmer

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

In Nürnberg:

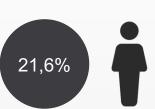
rd. 1,96 Mio. Teilnehmer bei Inhouse-Veranstaltungen 2018

Verteilung der Veranstaltungsstätten nach Arten 2018



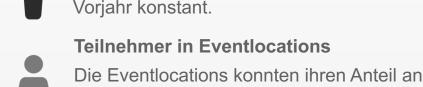
Teilnehmer in Veranstaltungszentren

Der Teilnehmeranteil ist in den Veranstaltungszentren trotz des geringen Marktanteils am größten und hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert

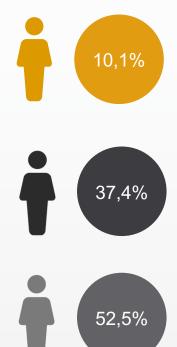


Teilnehmer in Tagungshotels

Die Tagungshotels binden rund ein Fünftel aller Teilnehmer. Der Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr konstant.



Teilnehmern im Vergleich zum Vorjahr erneut leicht ausbauen.

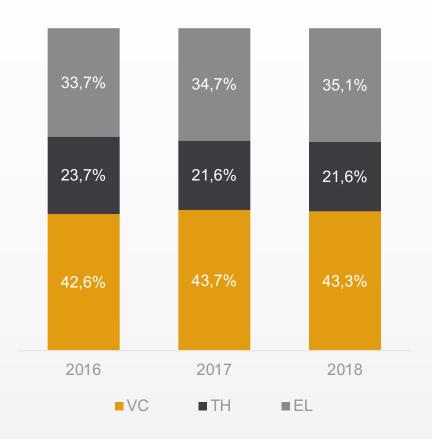


35,1%



Aufteilung der Teilnehmer auf die Veranstaltungsstätten-Arten

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018



Verschiebungen in der Teilnehmeraufteilung nach Veranstaltungsstätten-Arten sind minimal und wirken sich auf die Eventlocations und Veranstaltungszentren aus.

Nach wie vor werden die meisten Teilnehmer durch Veranstaltungszentren generiert.

Die Tagungshotels haben sich anteilig nicht verändert.



Faktenübersicht zum Gesamtmarkt Nürnberg



Zahl der Veranstaltungen bleibt auf hohem Niveau, Anzahl der Teilnehmer steigt

Die Zahl der Veranstaltungen ist mit +0,9% im Vergleich zum Vorjahr (2017) leicht steigend. Die Zunahme geht vor allem auf die Veranstaltungszentren zurück. In Gesamtdeutschland hält die Entwicklung rückläufiger Veranstaltungszahlen hingegen an.



Im Vergleich zum Vorjahr (2017) liegt das Wachstum der Teilnehmer bei +3,8%. Vor allem die Veranstaltungszentren zeigen eine gute Entwicklung.



Veranstaltungen verzeichnen im Durchschnitt weiteres Wachstum

Die Anzahl der Teilnehmer pro Veranstaltung hat auch in 2018 weiter zugenommen. Es werden durchschnittlich 65 Teilnehmer pro Veranstaltung registriert (2017 waren dies 63 Personen/Veranstaltung; 2016 noch 58 Personen/Veranstaltung).



Wachsender Angebotsmarkt

Angebotsseitig verzeichnet Nürnberg 2018 im Vergleich zum Vorjahr vor allem Zuwächse bei den Eventlocations (+7 Betriebe). Ein Veranstaltungszentrum war 2018 vorrübergehend geschlossen, ein anderes wurde dauerhaft geschlossen.



EINGABEN DER TAGUNGSBAROMETER-TEILNEHMER



Eingaben: Datenbasis

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



24 Veranstaltungsstätten

Die eingebenden Teilnehmer: 6 Veranstaltungszentren, 14 Tagungshotels und 4 Eventlocations



Eingaben 2018

Die Teilnahmebereitschaft war im Jahre 2018 sehr ausgeprägt. Monatlich haben sich 21,1 Betriebe beteiligt. Die Eingabequote der sich beteiligenden Betriebe liegt bei knapp 88%.



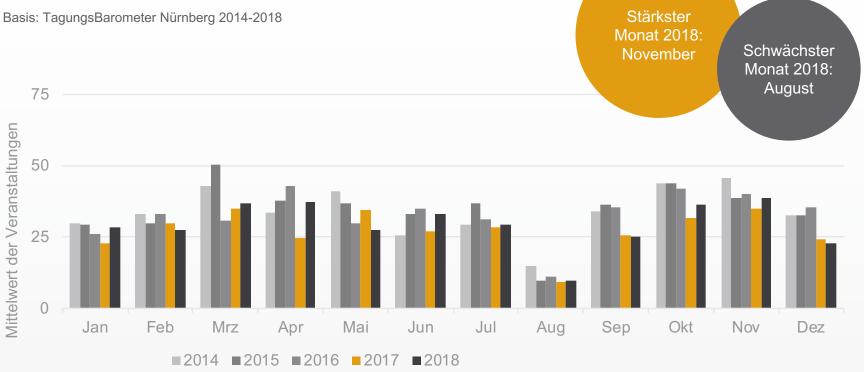
253 **Datensätze**

Für Auswertungen stehen insgesamt 253 Datensätze zur Verfügung.





Veranstaltungen im Jahresverlauf



Im Jahr 2018 verläuft der Großteil des Jahres gleich oder besser als das Vorjahr mit Ausnahme von Februar, Mai und Dezember. Der November ist der stärkste Monat, gefolgt von März.



Private und beruflich motivierte Veranstaltungen: Überblick

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

83% aller Veranstaltungen sind beruflich motiviert.

Dieser Anteil ist im Vergleich zum Vorjahr um 2,6%-Punkte gestiegen.

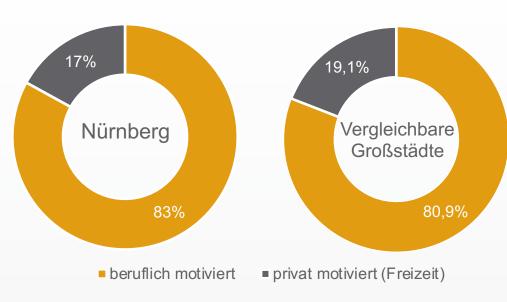
Die privaten Veranstaltungen machen mit einem Anteil von 17% rund ein Sechstel der Veranstaltungen aus.

Aufgrund ihrer hohen Teilnehmerzahlen spielen sie für die Destination Nürnberg eine wichtige Rolle.



Private und beruflich motivierte Veranstaltungen: im Vergleich

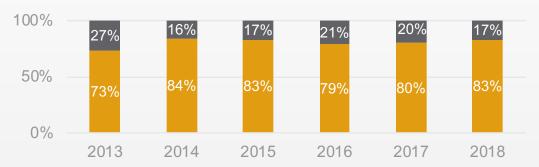
Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Erläuterung:

Beruflich motiviert (Business): Kongresse, Tagungen, Seminare und Workshops aber auch universitäre Veranstaltungen, Firmen-Promotions und Unternehmensgalas

Privat motiviert (Events): gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen, Sportevents und Festivitäten

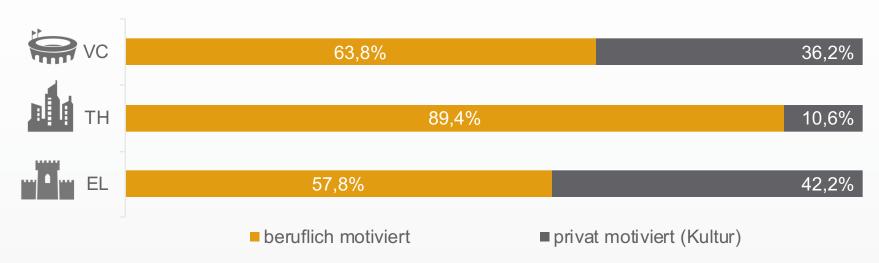


Verteilung der privat- und beruflich motivierten Veranstaltungen in Nürnberg von 2013 bis 2018



Verteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungsstätten-Arten

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

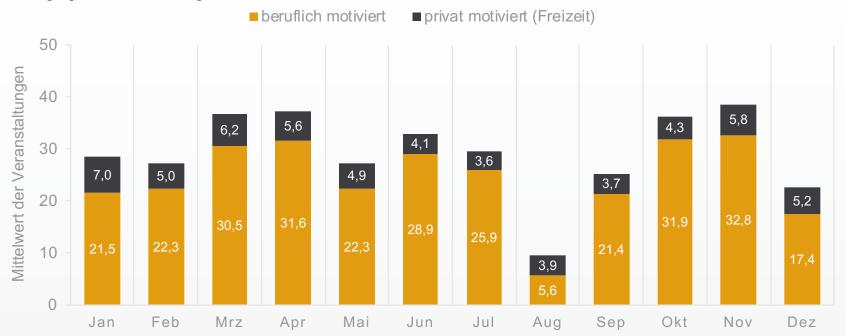


- Die beruflich motivierten Veranstaltungen dominieren ganz klar in den Tagungshotels.
- In den Veranstaltungszentren ist der Anteil beruflich motivierter Veranstaltungen im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben (2014=47,6%; 2015=59,7%; 2016=61,3%; 2017=63,6%). In den Tagungshotels haben sie ebenfalls an Bedeutung gewonnen (2014=90,2%; 2015=86,9%, 2016=86,0%; 2017=85,2%).
- Bei den Eventlocations haben die privat motivierten Veranstaltungen wieder um 10 Prozentpunkte zugenommen.



Jahresverlauf der privat und beruflich motivierten Veranstaltungen

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



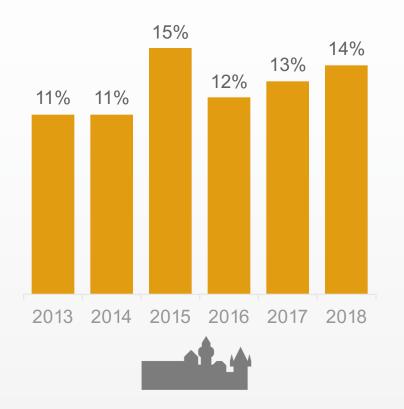
Im Jahresverlauf haben die Business-Veranstaltungen im Oktober/November sowie im März/April die höchsten Mittelwerte.

Die privaten Veranstaltungen erreichen im Januar und März die höchsten Mittelwerte. Der prozentuale Anteil der privaten Veranstaltungen liegt im August bei 40,8% und stellt damit den höchsten Anteil im Jahr dar.



Veranstaltungen mit Ausstellungen

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2013-2018



Der Anteil an begleitenden Ausstellungen macht in Nürnberg 14% aus.

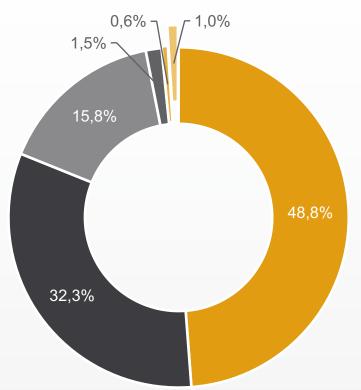
In den Veranstaltungszentren (insbesondere auch bei der NürnbergMesse) haben sich die Anteile im Vergleich zum Vorjahr erhöht, während sie bei den Tagungshotels und Eventlocations rückläufig sind.

Bei anderen vergleichbaren Großstädten liegt der Anteil der Veranstaltungen mit Ausstellung bei 8,1% und somit deutlich unter dem Nürnberger Wert.



Größenklassen beruflich motivierter Veranstaltungen: ein Überblick

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Die Meetings mit einer Teilnehmerzahl bis maximal 50 Teilnehmer machen mit 81,1% auch 2018 den Großteil der beruflich motivierten Veranstaltungen in Nürnberg aus (2013 = 84%; 2014 = 84%; 2015 = 82,2%; 2016 = 76,5%; 2017 = 77,2%).

Der Anteil der großen Veranstaltungen mit über 1.000 Teilnehmern bleibt 2018 auf konstantem Niveau.

(2013 = 0.4%; 2014 = 0.4%; 2015 = 0.6%; 2016 =0.9%: 2017 = 1.0%: 2018 = 1.0%).

- 10-20 Teilnehmer
- 51-250 Teilnehmer
- 501-1.000 Teilnehmer
- 21-50 Teilnehmer
- 251-500 Teilnehmer
- über 1.000 Teilnehmer



Jahresvergleich der VA-Größenklassen bei den TaBa-Teilnehmern

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018

	2016		2017		2018	
Teilnehmer	TaBa-TN*	TaBa-TN**	TaBa-TN*	TaBa-TN**	TaBa-TN*	TaBa-TN**
10 – 20	44,3%		43,4%		48,8%	
21 – 50	32,2%	51,3%	33,8%	58,8%	32,3%	66,9%
51 – 250	19,6%	41,2%	19,0%	36,1%	15,8%	28,8%
251 – 500	1,9%	3,9%	2,2%	3,7%	1,5%	2,5%
501 – 1.000	1,1%	1,9%	0,7%	0,6%	0,6%	0,8%
1.001 – 2.000	0,6%	1,1%	0,4%	0,4%	0,5%	0,6%
2.001 - 5.000	0,2%	0.59/	0,5%	0.59/	0,3%	0.40/
Über 5.000	0,1%	0,5%	0,1%	0,5%	0,2%	0,4%

^{*}ungewichtet, **gewichtet nach Art, ohne die Klasse der VA mit 10-20 TN



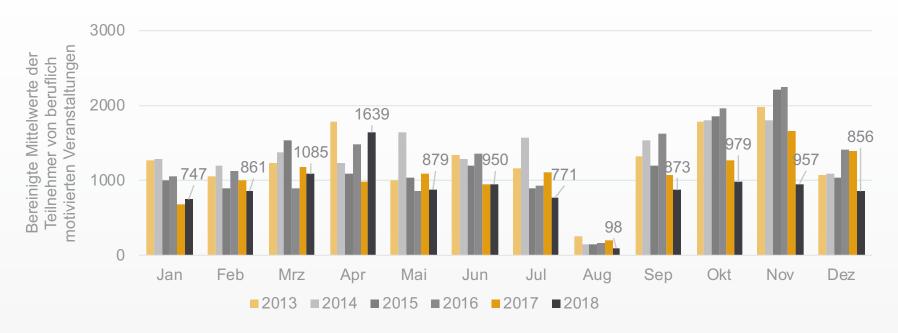
TEILNEHMER





Teilnehmer beruflich motivierter Veranstaltungen im Jahresverlauf

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2013-2018

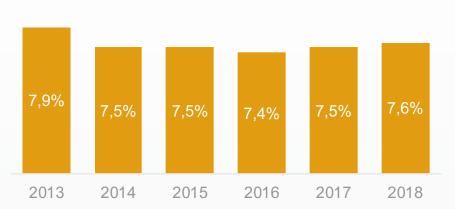


Der Jahresverlauf der Teilnehmer von beruflich motivierten Veranstaltungen verläuft 2018 vor allem in der zweiten Jahreshälfte ab Juli unterhalb der Vorjahreswerte. Im Frühjahr sticht der Monat April heraus, da in diesem Monat durchschnittlich auch die meisten Teilnehmer nach Nürnberg kommen.



Ausländische Teilnehmer: ein Überblick

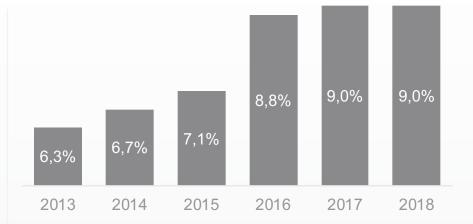
Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2013-2018



Anteil ausländischer Teilnehmer

in Nürnberg

In Nürnberg liegt der prozentuale Anteil der ausländischen Teilnehmer bei beruflich motivierten Veranstaltungen 2018 bei 7,6% und setzt damit die positive Entwicklung der Vorjahre fort.



Anteil ausländischer Teilnehmer

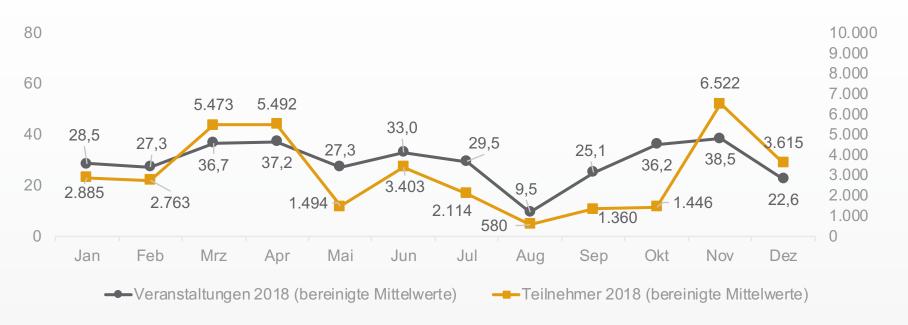
in Deutschland

Deutschlandweit liegt der prozentuale Anteil der ausländischen Teilnehmer (beruflich motivierte Veranstaltungen und Events) bei 9,0% (bezogen auf alle Betriebe, Meeting- & EventBarometer Deutschland 2018/2019).



Teilnehmer und Veranstaltungen im Jahresverlauf

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



November, März und April waren die teilnehmerstärksten Monate. Die meisten Teilnehmer pro Veranstaltung entfielen auf die Monate November und Dezember (im Durchschnitt 169 bzw. 159 Personen pro Veranstaltung).

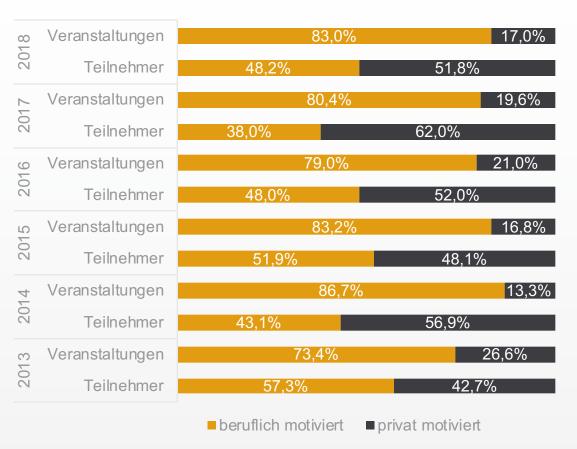
Lesebeispiel: Im September 2018 fanden in Nürnberg pro Veranstaltungsstätte durchschnittlich 25,1 Veranstaltungen mit insgesamt 1.360 Teilnehmern statt.

TEILNEHMER



Beruflich motivierte Veranstaltungen

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Die Aufteilung der Motivationen von Veranstaltungen und Teilnehmern im Vergleich zeigt, dass der Anteil von beruflich motivierten Veranstaltungen stets höher als der Anteil der beruflich motivierten Teilnehmer ist.

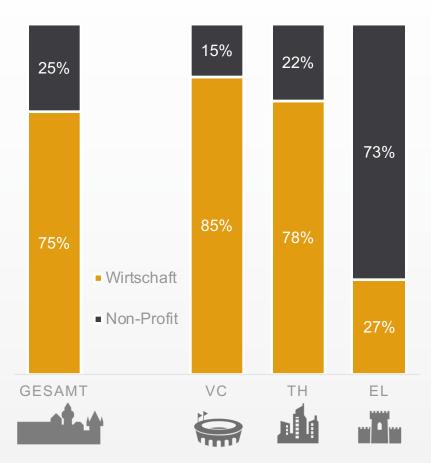
> Großstadt-Vergleich: der Anteil von beruflich motivierten Teilnehmern liegt 2018 durchschnittlich bei 50,6%.





Veranstalter-Arten nach Veranstaltungsstätten-Art

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



2018 kam es nur zu geringen Verschiebungen zwischen den Veranstaltern aus der "Wirtschaft" (2017 = 74%) und "Non-Profit" (26%).

Die Veranstalter aus der Wirtschaft sind vor allem in den Veranstaltungszentren, wo sie einen Zuwachs von 5 Prozentpunkten im Vergleich zu 2017 verzeichnen, und in Tagungshotels vertreten.

Die Non-Profit Veranstalter nutzten 2018 die Eventlocations zur Durchführung von

Veranstaltungen besonders intensiv (+24 Prozentpunkte).

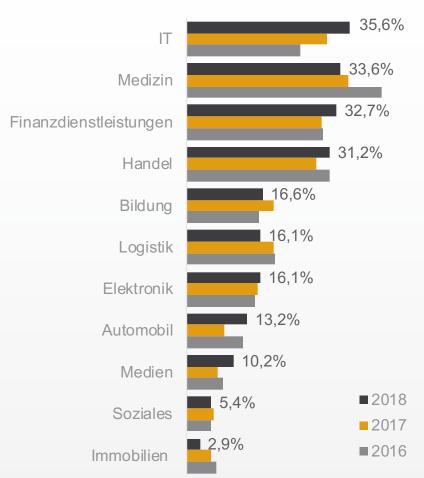
Großstadt-Vergleich: 73,2% Veranstalter aus der Wirtschaft. Nürnberg liegt hier auf einer Linie.



Veranstalter und Branchen: Wirtschaft

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018

Branchen der Wirtschaft



Bei den Wirtschaftsunternehmen hat IT weiter an Bedeutung gewonnen und ist 2018 stärker als die zuvor führende Medizinbranche, Auf dem dritten Platz stehen nach wie vor die Finanzdienstleistungen.

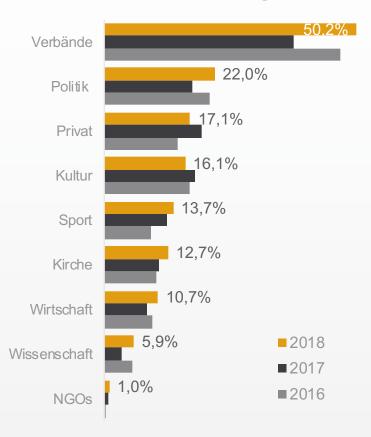
Die Branchen Handel, Automobil, Elektronik und Medien haben ihre Anteile im Vergleich zum Vorjahr vergrößern können.



Veranstalter und Branchen: Non-Profit-Organisationen

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2016-2018

Arbeitsbereiche der Non-Profit-Organisationen



Bei den Non-Profit-Organisationen haben sich 2018 ebenfalls Veränderungen im Ranking ergeben.

Nach den Verbänden folgt die Politik (+2 Plätze) wieder auf dem zweiten Platz, vor den Privatveranstaltungen (Jubiläen/Private Festlichkeiten) und der Kultur.

Ihren Anteil haben Sport, Kirche, Wirtschaft und Wissenschaft weiter ausgebaut.



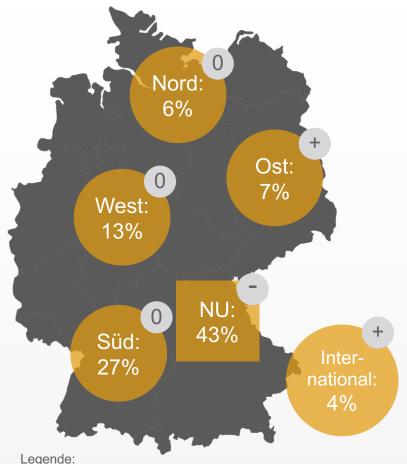
Veranstalter-Herkunft

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018

43% der Veranstalter kommen aus der eigenen Region (2017: 45%); die Region Nürnberg und die Region Süd machen 70% der Veranstalter aus.

Verschiebungen im Vergleich zum Vorjahr sind ansonsten nur zwischen der Region Nürnberg, der Region Ost und den internationalen Veranstaltern (2017: 3%) zu erkennen.

Großstadt-Vergleich: in vergleichbaren Großstädten werden durchschnittlich 54,4% der Veranstalter aus der eigenen Region generiert.



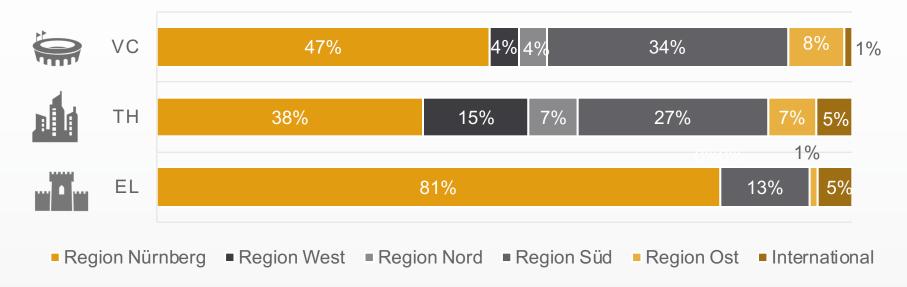
Legende:

- "+" steht für ein Wachstum im Vergleich zum Vorjahr
- "-" steht für einen Rückgang im Vergleich zum Vorjahr
- "0" steht für eine Stagnation



Veranstalter-Herkunft nach Veranstaltungsstätten-Art

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2018



Bei den Tagungshotels hat sich im Vergleich zum Vorjahr nur wenig geändert. Die Eventlocations sind 2018 noch stärker regional ausgerichtet, gleichzeitig verzeichnen sie und die Tagungshotels aber auch mehr internationale Veranstalter als im Vorjahr. In den Veranstaltungszentren hat sich der Anteil der Veranstalter aus der Region Süd im Vergleich zu 2017 um 7 Prozentpunkte erhöht.



Herkunft internationaler Veranstalter

Basis: TagungsBarometer Nürnberg 2013-2018

Land	2013	2014	2015	2016	2017	2018
USA	14,3%	12,5%	19,5%	20,0%	19,2%	20,5%
Österreich	14,3%	16,7%	7,1%	13,6%	11,5%	16,7%
Großbritannien	22,4%	20,8%	22,1%	13,6%	18,0%	12,8%
Italien	6,1%	11,7%	8,0%	3,6%	5,1%	9,0%
Niederlande	13,3%	6,7%	5,3%	3,6%	6,4%	7,7%
Schweiz	12,2%	10,0%	10,6%	17,3%	14,1%	7,7%
Belgien	4,1%	2,5%	6,2%	8,2%	2,6%	7,7%
Spanien	1,5%	0,8%	1,8%	0,0%	1,3%	5,1%
China*	1,5%	3,3%	0,9%	0,9%	0,0%	2,6%

Das Ranking wird 2018 von Veranstaltern aus den USA dominiert, gefolgt von Österreich (2017 auf dem vierten Platz). Großbritannien liegt auf dem dritten Platz - mit absteigender Tendenz

Italien und Belgien gehören zu den Aufsteigern, während die Schweiz nach hinten verdrängt wurde.

Weitere Nennungen gab es u.a. für Veranstalter aus Tschechien. Malta, Korea, Kanada, Slowakei, Schweden, Russland und Portugal.

^{*}enthält auch Nennungen für Taiwan



VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DEM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Wofür steht das Meeting- & EventBarometer?

Das Meeting- & EventBarometer (MEBa) ist die Referenzstudie zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland:



VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DEM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Unterschiede der Studien







DIE ERGEBNISSE DER BEIDEN STUDIEN SIND GRUNDSÄTZLICH NICHT VERGLEICHBAR

VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DFM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Anpassung



Um die Ergebnisse beider Studien vergleichbar zu machen, werden die Erfassungen des Tagungs-Barometers Nürnberg, die über das Meeting- & EventBarometer hinausgehen, "abgeschnitten".

Dies erfolgt durch:

- Einbeziehung nur von Betrieben mit einer Sitzplatzkapazität von über 100 Sitzen (Reihenbestuhlung)
- Vernachlässigung der kleinsten Veranstaltungen von 10 bis 20 Teilnehmern; diese werden vom Gesamtaufkommen an Veranstaltungen abgezogen.

Mit diesen Anpassungen werden die Angaben des TagungsBarometers vergleichbar zu den Zahlen des Meeting- & EventBarometers.

VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DFM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Angebotsvergleich: Gesamtmarkt – MEBa in Nürnberg



MEBa-konfo Veranstaltungsstätte Nürnk	n in
Veranstaltungsstätten gesamt²	79
Veranstaltungszentren (VC)	10
Tagungshotels (TH)	23
Eventlocations ³ (EL)	46

¹ Betriebe mit mindestens 25 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

Durch die Festlegung der Mindestgröße von 100 Sitzplätzen fallen in Nürnberg 20 Veranstaltungsstätten weg, die dieser Bestimmung nicht genügen. Dies sind vor allem Tagungshotels, da Nürnberg insbesondere eine kleinteilige Privathotel-Struktur aufweist.

² Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

³ Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Lokschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen

VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DEM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Nachfragevergleich: Gesamtmarkt – MEBa in Nürnberg

Dei 99	Gesamtmarkt Nürnberg Veranstaltungsstätten
Kongresse/ Veranstaltungen*	30.276 (+0,9%)
Teilnehmer	1,957 Mio. (+3,8%)

MEBa-konforme Veranstaltungsstätten in Nürnberg bei 79 Veranstaltungsstätten				
Kongresse/ Veranstaltungen**	23. 591 (+1,7%)			
Teilnehmer	1,883 Mio. (+4,2%)			

^{*} Veranstaltungen ab 10 Teilnehmern in allen Veranstaltungsstätten

Die Fokussierung auf die MEBa-konformen Betriebe hat für die MICE-Destination Nürnberg positive Auswirkungen. Durch die Festlegung der Mindestgröße von 20 Teilnehmern bei Veranstaltungen fallen ca. 22% der Veranstaltungen aber nur rund 4% der Teilnehmer weg - bedingt durch den hohen Anteil der Veranstaltungen mit 10 bis 20 Teilnehmern (vgl. S. 31), die sich stark auf die Veranstaltungszahl aber nur gering auf die Teilnehmerzahl auswirken. Verglichen mit dem Vorjahr fällt Nürnbergs Entwicklung insbesondere bei den Veranstaltungen noch besser aus.

^{**} Veranstaltungen ab 20 Teilnehmern in MEBa-konformen Veranstaltungsstätten

VERGLEICH TAGUNGSBAROMETER NÜRNBERG MIT DFM **MEETING- & EVENTBAROMETER DEUTSCHLAND**



Größenklassen der Business-Veranstaltungen* im Deutschland-Vergleich

	2016		2017		2018	
	NÜ	D	NÜ	D	NÜ	D
21 - 50 TN	53,4%	41,2%	59,1%	38,1%	60,4%	40,5%
51 - 250 TN	40,9%	36,6%	36,1%	40,1%	32,8%	40,4%
251 - 500 TN	3,4%	9,9%	3,1%	11,7%	3,3%	10,6%
501 – 1.000 TN	1,2%	6,7%	0,7%	6,6%	1,3%	5,2%
1.001 – 2.000 TN	0,7%	3,3%	0,4%	2,2%	1,1%	2,2%
über 2.000 TN	0,3%	2,1%	0,5%	1,4%	1,0%	1,3%

MEBa-konforme Veranstaltungsstätten in Nürnberg, gewichtet nach Art, ohne die Klasse 10-20 Teilnehmer – ein Langzeitvergleich ist nicht möglich, da sich die Gewichtung stark verändert hat (vgl. S. 8)

Auch 2018 ist in Nürnberg der Anteil der kleinsten Größenklasse deutlich stärker ausgeprägt als im Bundesdurchschnitt. Im Mittelsegment und bei Großveranstaltungen sind die Nürnberger Anteil im Vergleich zu den Deutschlandwerten entsprechend geringer, haben sich aber verglichen mit 2017 in Nürnberg im Bereich von 251 bis über 2.000 Teilnehmern erhöht.





Zentrale Ergebnisse und Perspektiven



Wachstum auf Anbieterseite

Das Angebot an Veranstaltungsstätten ist 2018 im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen. Es waren zwei Veranstaltungszentren weniger am Markt, dafür verzeichnet Nürnberg aber einen Zuwachs von sieben Eventlocations.



Nürnberg international beliebt bei Teilnehmern und Veranstaltern

Der Anteil ausländischer Teilnehmer bei beruflich motivierten Veranstaltungen hält sein Niveau. Bei den "Internationalen" stehen unverändert die USA an der Spitze der Top-Quellmärkte, gefolgt von Österreich und Großbritannien. Insgesamt haben der Anteil der internationalen Veranstalter und der Veranstalter aus dem Osten Deutschlands zugenommen. Die Regionalität der Veranstalterkunden ist bei den Eventlocations am stärksten ausgeprägt.



Mehr beruflich motivierte Veranstaltungen

Der Anteil der beruflich motivierten Veranstaltungen hat sich im Vergleich zum Vorjahr um 3 Prozentpunkte erhöht und geht vor allem auf Zunahmen in den Tagungshotels zurück. Die Veranstaltungszentren halten ihren Anteil, während in den Eventlocations mehr privat motivierte Veranstaltungen als im Vorjahr stattgefunden haben.



Zentrale Ergebnisse und Perspektiven



Veranstalter aus der Wirtschaft sind Nürnbergs bedeutendste Veranstaltergruppe

Die Veranstalter aus der Wirtschaft bilden mit 75% die stärkste Gruppe der Veranstalter und haben ihren Anteil um einen Prozentpunkt ausgebaut. Die IT-Branche hat an Bedeutung gewonnen und führt das Ranking vor Medizin und Finanzdienstleistungen an. In den Eventlocations ist der Anteil des Non-Profit-Bereichs weiterhin steigend und von allen Veranstaltungsstätten-Arten am höchsten.



Begleitende Ausstellungen sind gefragt

Der Anteil von Veranstaltungen mit begleitenden Ausstellungen nimmt weiter zu. Zu dieser positiven Entwicklung tragen vor allem die Veranstaltungszentren, darunter auch die Veranstaltungen der NürnbergMesse bei. Bundesweit bleibt das Niveau konstant, wobei auch hier die Veranstaltungszentren Zuwächse melden.



Nürnberg im Deutschland-Vergleich

Der Anteil Nürnbergs am Deutschland-Volumen macht 0,80% der Veranstaltungen (2015: 0,59%; 2016: 0,80%, 2017: 0,78%) und 0,46% der Teilnehmer aus (2015: 0,42%; 2016: 0,44%; 2017: 0,45%). Somit hält die Destination ihr Niveau.





Glossar

Veranstaltungsstätten-Arten



Veranstaltungszentren

Zu den Veranstaltungszentren gehören Kongresszentren, Sport- und Mehrzweckhallen, Arenen sowie Bürgerhäuser, die speziell zur Durchführung von Veranstaltungen gebaut wurden und keine Übernachtungsmöglichkeiten anbieten.



Tagungshotels

Tagungshotels bieten neben den Tagungsfazilitäten auch Übernachtungsmöglichkeiten an.



Eventlocations

Zu den Eventlocations zählen besondere Veranstaltungsstätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck gebaut wurden. Hierzu gehören z.B. Burgen/Schlösser, Museen, Fabrikhallen/Lokschuppen, Studios, Freizeitparks, Hochschulen/Unis und Flughäfen.

GLOSSAR



Glossar

Veranstaltungs- und Veranstalterarten

Veranstaltungs-Arten

Beruflich motivierte Veranstaltungen: Treffen und Veranstaltungen mit geschäftlichem Hintergrund, z.B. Kongresse, Tagungen, Seminare und Workshops, aber auch universitäre Veranstaltungen, Firmen-Promotions und Unternehmens-Galas

Privat motivierte Veranstaltungen: Veranstaltungen mit Unterhaltungs- und Freizeit-Charakter wie gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen, Sportevents und Festivitäten.

Rahmenprogramme: Ein Rahmenprogramm ist ein begleitender Bestandteil einer Veranstaltung (vornehmlich Tagungen und Kongresse), der nicht zum offiziellen fachlichen Programm gehört. Formen können bspw. Get-together, Abendveranstaltungen, Besichtigungen, Ausflüge und Programme für Begleitpersonen sein.

Veranstalter-Arten

Non-Profit Organisationen: Organisationen, deren Ziele nicht monetär sind, sondern in anderen Bereichen (Allgemeinwohl, Kulturangebot, Austausch, soziale Angebote) liegen, z.B. Parteien, Kirchen, Vereine/ Verbände.

Wirtschaftsunternehmen:

Organisationseinheiten in der freien Wirtschaft, deren primäres Ziel die Gewinnoptimierung ist; hierzu gehören Banken, Versicherungen, Pharma-Unternehmen, Kommunikationsgesellschaften, Autohersteller etc



Fragebogen: TagungsBarometer Nürnberg 2018

ingabe Daten Reports	Hire	_
Nürnberg Convention	Tagur	ngsBarometer
nteneingabe für		
Monat	Márz 2016 ¢	
ranstaltungen		
eruflich motivierte Veranstaltungen INFO		
Gesamtanzahl der beruflich motivierten Veranstaltungen		
die sich aufteilen auf die folgenden Größenklassen:	10 bis 20 TN	
Grose Massert.	21 bis 50 TN	
	51 bis 250 TN	
	251 bis 500 TN	
	501 bis 1000 TN	
	1001 bis 2000 TN	
	2001 bis 5000 TN	
	über 5000 TN	
Anteil der Veranstaltungen mit Ausstellung		%
Anteil der Veranstaltungen mit Rahmenprogramm		%
Anteil der Veranstaltungen mit internationaler Beteiligung		%
vents INFO		
Anzahi aller Events		
iesamtanzahl der Veranstaltungen = Summe der beruflich motivierten Veranstaltungen UND Events, wird bere	echnet)	
ilnehmer		
NEO.		
Gesamttelinehmerzahi INFO (bei beruflich motivierten Veranstaltungen und Events.)	Perso	onen
Teilnehmeranzahl (nur bei beruflich motivierten)	Veranstaltungen)	Personen
Teilnehmer aus dem Ausland (nur bei beruflich :		Personen
Veranstaltungen, bitte evtl. schätzen)		

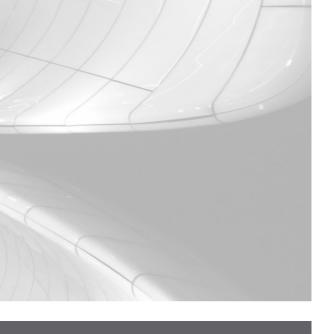
Aufteilung der Veranstalter nach E	Branchen			
Virtschaftsunternehmen INFO	% Anteil an den Ver-	anstaltungen		
	nschwerpunkte: (bitte max. 3 aus			
	Automobil-/Maschinen	bau	Medien	
	Medizin & Gesundheit		■ Elektronik/Leistungselektronik ^{INFO}	
	☐ IT/Telekommunikation		Logistik & Verkehr	
	Handel		☐ Energiewirtschaft	
	Finanzwirtschaft & Ven		Sozialer Bereich	
	mmobilien		Bidung	
	Sonstige (bitte angeben):			
ion-Profit-Organisationen INFO	% Antel an den Ver			
Brancher	nschwerpunkte: (bitte max. 3 aus Wissenschaft		C Viete	
			☐ Kirche	
	□ Verbände □ NGOs NFO		Kultur Freizeit/Sport	
	Politic/Gesellschaft		Privat	
	Wirtschaft Sonstige (bitte angeben):			
	acristige (one argeber).			
Anteil der Veranstalter a	aus der Metropolregion Nürnbe aus der Region Nord		% %	
Anteil der Veranstalter : Anteil der Veranstalter : (Schleswig-Holssein, Hr Anteil der Veranstalter : (Niedersachsen, Nordr Anteil der Veranstalter : (Brandenburg, Berlin, S Anteil der Veranstalter :	aus der Metropolregion Nürnbe aus der Region Nord amburg, Bremen, Mecklenburg-V aus der Region West nein -Westlaien, Hiessen) aus der Region Ost lachsen-Anhalt, Sachsen, Thürin aus der Region Süd and, Baden-Würtlemberg, Bayer	/orpommem)	5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5% 5	
Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Schleswig-Holztein, Ha Anteil der Veranstalter (Niedersachsen, Nord- Anteil der Veranstalter (Brandenburg, Berlin, Anteil der Veranstalter (Rheinland-Pfalz, Saarl Internationale Veranst,	aus der Metropotregion Nürnbe aus der Region Nord ambung, Bremen, Meckienburg-V aus der Region West nein-Westfalen, Hessen) aus der Region Ost fachsen-Anhalt, Sachsen, Thürin aus der Region Süd and, Baden-Württemberg, Bayer alter	orgonimem) igen)	% % % %	
Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Schleswig-Hotsen, He (Schleswig-Hotsen, He Anteil der Veranstalter (Niedersachen, Nordf- Anteil der Veranstalter (Brandenburg, Berln, S. Anteil der Veranstalter (Rheinland-Pfalz, Saarl internationale Veranst.)	aus der Metropotregion Nürnbe aus der Region Nord ambung, Bremen, Meckienburg-V aus der Region West nein-Westfalen, Hessen) aus der Region Ost fachsen-Anhalt, Sachsen, Thürin aus der Region Süd and, Baden-Württemberg, Bayer alter	/orpommem)	% % % %	
Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Schleswig-Hotsten, H. Anteil der Veranstalter (Niedensachsen, Nordf- Anteil der Veranstalter (Niedensachsen, Nordf- Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Reneinand-Pfalz, Saat internationaler Veranstalter Bitte maxima? 2 Quellim (Mehrahausswahl ist (Mehrahausswahl ist (Mehrahausswahl ist Mehrahausswahl ist Meh	aus der Metropolregion Nürnbe aus der Region Nord amburg, Bemmen, Meckenburg-V use der Region Mest nen Weststänen, Hessen) aus der Region Sed and, Baden Wütternberg, Bayer alter instalter sichte aus der Liste wählen unter drücken und halten der mit der der der der der der mit der der der der der der der mit der der der der der der der mit der der der der der der der der der mit der der der der der der der der der mit der	/orpommern) igen) in) Belgien	% % % %	
Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Schleswig-Hotelon, Hi (Schleswig-Hotelon, Hi (Schleswig-Hotelon, Hi (Nedersaufsen), Den (Nedersaufsen), Den Anteil der Veranstalter (Benadenung, Berni, S. Anteil der Veranstalter (Rennander (Par. Stander (Rennander (Par. Stander	aus der Metropolregion Nürnbauss der Region Nord aus der Region Nord amburg, Bemen, Meckenburg-Vaus der Region West nehr Westlaten, Hessen) aus der Region des aus der Region aus der Region aus der Region aus der Region das aus der Region Bauer aus der Region Bauer aus der Region Bauer aus der Region Bauer anste aus der Liste wählen urch drücken und natten der siehen der Optonen möglich).	/orpommern) igen) in) Belgien Dänemark	% % % %	
Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Schleswig-Hotsten, H. Anteil der Veranstalter (Niedensachsen, Nordf- Anteil der Veranstalter (Niedensachsen, Nordf- Anteil der Veranstalter Anteil der Veranstalter (Reneinand-Pfalz, Saat internationaler Veranstalter Bitte maxima? 2 Quellim (Mehrahausswahl ist (Mehrahausswahl ist (Mehrahausswahl ist Mehrahausswahl ist Meh	aus der Metropolregion Nürnbauss der Region Nord aus der Region Nord amburg, Bemen, Meckenburg-Vaus der Region West nehr Westlaten, Hessen) aus der Region des states des aus der Region aus der Region Bauer aus der Region Better aus der Region Better ander Better Better aus der Better anste aus der Liste wählen urch drücken und natten der siehen der Optonen möglich)	(orpommern) igen) in) Belgien Dänemark Finnland	% % % %	
Anteil der Veranstalter / Anteil der Veranstalter / (Schlesweg Holston, H.) (Schlesweg Holston, H.) (Niedersahnen, Nordrif Anteil der Veranstalter / (Brandstroung, Berlin, S) (Richeriande Pfatz, Saals (Richeriande Pfatz, Saals (Richeriande Pfatz, Saals (Richeriande Pfatz) (Brandstroung) (Br	aus der Metropolregion Nürnbe uss der Region Nerbe us der Region Nerbe und von der Region Nerbe und von der Region Obt aus der Region Obt aus der Region Obt aus der Region Obt der Region	reportment) Bergien Dainemark Finnland Frankreich an der ICCA entspan mehreren Länderr	% % % % % % % % % % % % % % % % % % %	0

TEILNEHMENDE VERANSTALTUNGSSTÄTTEN



Teilnehmende Veranstaltungsstätten am TagungsBarometer Nürnberg im Jahr 2018

Veranstaltungsstätte	Art	Veranstaltungsstätte	Art
NürnbergMesse (Frankenhalle)	Veranstaltungszentrum	Maritim Hotel Nürnberg	Tagungshotel
NürnbergMesse (NCC Ost)	Veranstaltungszentrum	InterCity Hotel Nürnberg	Tagungshotel
NürnbergMesse (NCC Mitte)	Veranstaltungszentrum	Le Méridien Grand Hotel Nürnberg	Tagungshotel
NürnbergMesse (NCC West)	Veranstaltungszentrum	Mövenpick Hotel Nürnberg-Airport	Tagungshotel
Meistersingerhalle	Veranstaltungszentrum	NH Nürnberg City	Tagungshotel
Arena Nürnberg	Veranstaltungszentrum	Novotel Nürnberg	Tagungshotel
Arvena Messe	Tagungshotel	Ramada Nürnberg Parkhotel	Tagungshotel
Arvena Park	Tagungshotel	Sheraton Carlton Hotel Nürnberg	Tagungshotel
Berufsförderungswerk Nürnberg	Tagungshotel	DB Museum	Eventlocation
Congress Hotel Mercure Nürnberg an der Messe	Tagungshotel	Karl-Bröger-Zentrum	Eventlocation
Livinghotel Maximiilian	Tagungshotel	Stadt Nürnberg – Historischer Rathaussaal	Eventlocation
Holiday Inn Nürnberg City Centre	Tagungshotel	Parks	Eventlocation





Im Auftrag von

Stadt Nürnberg Wirtschaftsreferat Theresienstraße 9 90403 Nürnberg

In Zusammenarbeit mit

NürnbergMesse GmbH Messezentrum 1 90471 Nürnberg

Inhaltliche Betreuung von

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg Am Frauentorgraben 3/IV 90443 Nürnberg

Tel.: 0911-8606-8707

Internet: www.nuernberg-convention.de

Hamburg, Wernigerode, August 2019







Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW) an der Hochschule Harz

Prof. Dr. Michael-Thaddaus Schreiber (Geschäftsführer)

Dr. Ralf Kunze (Datenanalyse)

Dipl.-Kffr. (FH) B.A. Andrea Dessi (Text und Konzeption)

Friedrichstraße 57-59

38855 Wernigerode

Tel: 03943-659 268

E-Mail: mail@eitw.de

Internet: www.eitw.de



NürnbergConvention
kann auf eine positive
Entwicklung
seines Veranstaltungsmarktes
im Jahr 2018
zurückblicken.

Nürnberg etabliert sich als eine attraktive Destination für Veranstaltungen mit Ausstellungen