

Fachspezifische Themenstellung

## **HOTELMANAGEMENT**

Urbanek Richard

Rass Johannes

Risska Nicolas

Harangi Stefan

Schmidt Katharina

### **Stellenwert des Kongresstourismus in Wien**

Betreut durch:

Dipl. Päd. Alexandra Hackl

**TOURISMUSSCHULEN**  
DER WIRTSCHAFTSKAMMER WIEN

**MODUL**  
wien vienna

2010 /11

Wir erklären, dass wir die vorliegende fachspezifische Themenstellung selbst verfasst und dazu keine anderen als die angeführten Behelfe verwendet haben.

Außerdem haben wir die Reinschrift einer Korrektur unterzogen und ein Belegexemplar verwahrt.

.....

Datum

Unterschrift

## **Kurzzusammenfassung**

Von den Zeiten des Wiener Kongresses hat sich die Stadt weiterentwickelt zu einem der wichtigsten Tagungs- und Kongressorte im internationalen Vergleich. Mit dieser Arbeit wollen wir versuchen den Stellenwert des Kongresstourismus für Wien zu ermitteln, die Gründe hierfür zu erarbeiten, und die Kriterien aufdecken, die ausschlaggebend sind, um eine erfolgreiche Kongressdestination zu sein.

## **Abstract**

Since the "Wiener Kongress" Vienna turned into one of the most popular cities for congress tourism in the world. With this dissertation we want to show how Vienna became a reasonable destination for congresses, furthermore which criteria and institutions are responsible for this success.

# Inhaltsverzeichnis

Einleitung .....	1
Problemdefinition und zentrale Fragestellung .....	2
1 Begriffsbestimmung und Abgrenzung .....	3
1.1 Definition Kongress .....	3
1.2 Definition Kongresstourismus.....	4
1.3 Faktoren des Angebotes und der Nachfrage allgemein .....	5
1.4 Leistungen im Kongresstourismus .....	5
1.5 Kongress- und Tagungslocations .....	7
2 Geschichtlicher Rückblick – Der Wiener Kongress .....	9
3 Institutionen.....	13
3.1 Vienna Convention Bureau .....	13
3.2 PCO's (Professional Congress Organizers).....	14
3.3 ICCA.....	17
3.4 UIA .....	19
3.5 AIPC.....	19
3.6 EFCT.....	20
3.7 Probleme der Institutionen .....	20
3.8 Signifikanz der Kongressstatistiken.....	22
4 Kongresszentren.....	24
4.1 Hofburg .....	24
4.2 Pyramide Vösendorf.....	26
4.3 Austria Center Vienna .....	27
4.4 Messe Wien .....	28
5 Wien die Kongressstadt .....	30
5.1 Stadtmarketing: Grundsatz des Kongressmarketing .....	33
5.2 Marketing Wien .....	35
6 Wien im internationalen Vergleich.....	38
6.1 Österreichweiter Vergleich .....	41
7 Organisation und Abläufe .....	44
7.1 Organisation von Tagungen und Kongressen .....	44
7.1.1 Vorbereitung eines Kongresses .....	45
7.1.2 Durchführung eines Kongresses.....	48

7.1.3	Nachbereitung eines Kongresses .....	50
7.2	Organisation von Großkongressen.....	52
7.2.1	Nennenswerte Großkongresse .....	56
7.2.2	Internationale AIDS-Konferenz .....	56
7.2.3	Europäischer Radiologenkongress (ECR) .....	57
7.2.4	Kardiologenkongress .....	58
	EXKURS: Verkehrskonzept .....	59
7.2.5	Europäischer Geowissenschaftlicher Kongress (EGU) .....	60
7.3	Eigenfinanzierung – Fremdfinanzierung.....	61
8	Die Kongresshotellerie .....	64
8.1	Definition Kongresshotel .....	64
8.2	Die Rolle der Hotellerie .....	65
8.2.1	Anforderungen an Tagungshotels.....	66
8.3	Koordination & Kapazität.....	71
8.4	Der Kongressgast.....	72
9	Schlussbetrachtung .....	77
10	Abbildungsverzeichnis.....	79
11	Quellenverzeichnis .....	81
12	Anhang.....	83

## Einleitung

Als Standort für Kongresse und Tagungen mischt Österreich und vor allem die Hauptstadt Wien ganz vorne an der Weltspitze mit. Dies bestätigen zahlreiche internationale Statistiken für das Kongressjahr 2010 eindrucksvoll. Wien erreichte sogar mit Paris zusammen Platz Eins im internationalen Städteranking, dicht gefolgt von Barcelona, und setzte sich damit sogar vor bekannte Größen wie London und Washington. Mit unserer Arbeit wollen wir versuchen, diesem Erfolg auf den Grund zu gehen und einige Hintergründe und Organisationen aufzeigen, die der geschichtsträchtigen Stadt Wien zu diesem Erfolg verholfen haben. Des Weiteren haben wir einige Meinungen bekannter Persönlichkeiten dieser Branche zusammengetragen, um einen umfassenden Überblick über diese Sparte des internationalen Tourismus zu gestalten. Zu diesem Zweck sprachen wir mit Frau Mag. Renate Danler, Geschäftsführerin der Wiener Hofburg und Herrn Christian Mutschlechner, Leiter des Vienna Convention Bureaus.

Auf Grund der Vielzahl an Kongressformen haben wir die verschiedenen Veranstaltungstypen gegliedert um einen einfacheren Einstieg in die Arbeit zu gewähren und Verwechslungen vorzubeugen. Nach einem Exkurs in die Vergangenheit, wo wir die Geschichte des Wiener Kongresses beschreiben, geben wir einen Überblick über die wichtigsten Institutionen des Kongresstourismus, die mit ihrer Arbeit die Organisation und die Durchführung koordinieren. Weiters beschreiben wir die wichtigsten Kongresszentren Wiens, deren Vielfältigkeit mitunter ein Grund für den Erfolg am Kongressgeschehen Wiens ist. Um weitere Gründe dafür zu erforschen, beschäftigen wir uns in den darauf folgenden Kapiteln damit, warum Wien im internationalen Vergleich als Kongressstadt für VeranstalterInnen so interessant ist, um dann auf die Organisation und die Abläufe eines Kongresses einzugehen. Am Ende unserer Arbeit widmen wir uns dem Thema der Kongresshotellerie, und ziehen ein Resümee aus den von uns erarbeiteten Bereichen zum Thema Kongresstourismus in Wien.

## **Problemdefinition und zentrale Fragestellung**

Welchen Stellenwert nimmt der Kongresstourismus in Wien ein, was sind die Gründe dafür und welche Kriterien sind ausschlaggebend um eine erfolgreiche Kongressdestination zu sein?

Dabei wollen wir klar stellen, wie viel Bedeutung dem Wiener Kongresstourismus am Anteil des gesamten Tourismus zugeschrieben werden muss. Außerdem wollen wir erforschen, warum Wien zu den Top-Playern im Kongressgeschehen gehört und werden Vergleiche zu anderen Destinationen anstellen. Da Beherbergungsbetriebe für die KongressteilnehmerInnen zur Verfügung stehen müssen, möchten wir auch darauf eingehen, wie sehr die Hotellerie in das Kongressgeschehen involviert ist und welche Umsätze sie daraus erzielt. Unser Ziel dabei ist es, einen Gesamtüberblick über die heutige Situation des Kongresstourismus primär in Wien aber auch international zu geben und das Wesen des Kongresses verständlicher zu machen.

# 1 Begriffsbestimmung und Abgrenzung

Durch den weltweit stark wachsenden Tourismus und der immer mehr spezialisierten Angebots- bzw. Nachfragesituation hat sich eine Erscheinungsvielfalt entwickelt, die mitunter nur mehr schwer überschaubar ist.

Aus diesem Grund werden wir zu Beginn den Begriff „Kongresstourismus“ für unsere Arbeit definieren, um keinerlei Missverständnisse aufkommen zu lassen.

*„Vom lateinischen Wort Congressus (Zusammenkunft) wird der deutsche Begriff abgeleitet“<sup>1</sup>.*

## 1.1 Definition Kongress

Um den Begriff Kongress etwas zu näher zu definieren haben wir folgende schlüssige Definition dafür gewählt:

*„Der Kongress ist eine auf einen oder mehreren Tage begrenzte, genau definierte Zusammenkunft vorwiegend ortsfremder Personen zwecks wissenschaftlichem oder fachlichem Informationsaustauschs mit vorausbestimmten Programm“<sup>2</sup>.*

Es gibt mehrere Definitionen für den Begriff Kongress, wobei diese für uns die Griffigste ist, die am besten die wesentlichsten Merkmale eines Kongresses widerspiegelt: die Dauer, welche Personen daran teilnehmen und, dass der wissenschaftliche Informationsaustausch im Vordergrund steht. Dadurch ist der Begriff Kongress auch deutlich von Seminaren zu unterscheiden, wo nicht der wissenschaftliche Aspekt, sondern die berufliche Weiterbildung im Vordergrund steht.

*„Eine weitere Differenzierung ergibt sich aus der Berücksichtigung der zeitlichen Dauer einer solchen Veranstaltung. Der Ausdruck „Tagung“ wird vor allem für*

<sup>1</sup> DETTMER, Harald u.a. (Hrsg.): Tourismustypen, S. 3.

<sup>2</sup> DETTMER u.a., Tourismustypen, a.a.O.

*Kongresse mit ein- bis zweitägiger Dauer verwendet, der Ausdruck „Kongress“ für Zusammenkünfte von längerer Dauer<sup>3</sup>.*

Veranstaltungen werden neben der Dauer auch an Hand der Teilnehmerzahl folgendermaßen abgegrenzt:

- ✓ Bis 50 TeilnehmerInnen: Seminare, Kolloquien, Arbeitsgruppen
- ✓ 50-300 TeilnehmerInnen: Tagungen, Konferenzen, Symposien
- ✓ Über 300 TeilnehmerInnen: Kongresse, Tagungen

## 1.2 Definition Kongresstourismus

*„Kongresstourismus ist die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus der Ortsveränderung und dem Aufenthalt von Personen ergeben, die zwecks vorwiegend wissenschaftlichen oder fachlichen Informationsaustauschs zusammentreffen und für die der Ort der Zusammenkunft weder Wohn- noch Arbeitsort ist“<sup>4</sup>.*

Interessant erscheint die Tatsache, dass in der Definition des „Kongresstourismus“ im Vergleich zu der des „Kongresses“ EinwohnerInnen und Arbeitskräfte des Ortes, in dem der Kongress abgehalten wird, nicht als KongressteilnehmerInnen eingeschlossen werden. Der Kongresstourismus unterscheidet sich in einigen Punkten wesentlich von den Ausprägungen des allgemeinen Tourismus:

Der Kongresstourismus ist im Allgemeinen auf die Ballungszentren, also auf Großstädte konzentriert. Hier finden sich die benötigten infra- und suprastrukturellen Voraussetzungen, auf die wir später noch genauer eingehen werden.

Die zeitliche Verteilung des Kongresstourismus in Wien ist im Vergleich zum Allgemeinen Tourismus eher „antizyklisch“. Eine Häufung der Kongresse ist in den Monaten April bis Juni sowie September bis Oktober festzustellen<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> DETTMER u.a., Tourismustypen, S. 3.

<sup>4</sup> DETTMER u.a., Tourismustypen, a.a.O.

<sup>5</sup> Vgl: DETTMER u.a., Tourismustypen, S. 3f.

### 1.3 Faktoren des Angebotes und der Nachfrage allgemein

Grundsätzlich lässt sich die Nachfrage auf dem Kongressmarkt in zwei Kategorien einteilen:

- ✓ Direkte Nachfrage: Institutionen, die als NachfragerIn für Leistungen auftreten (Firmen, Verbände)
- ✓ Indirekte Nachfrage: Einzelpersonen, TeilnehmerInnen, Begleitpersonen,...

Generell lässt sich sagen, dass die Ortsveränderung im Kongresstourismus nicht mehr wie im allgemeinen Tourismus aus dem reinen Bedürfnis dieser an sich und dem Bedürfnis der Erholung steht, sondern verdrängt wird durch das Bedürfnis des Meinungs- und Informationsaustausches und/oder des Bildungsbedürfnisses.

*„Die Ortsveränderung ist nicht mehr Selbstzweck, sondern nur noch Mittel zum Zweck der Zusammenkunft“<sup>6</sup>.*

### 1.4 Leistungen im Kongresstourismus

Im Rahmen des Kongresstourismus kommt es nicht zur Nachfrage nach einer isolierten Einzelleistung, sondern zu einem Bündel aus Leistungen, die zusammen ein Ganzes ergeben (Unterkunft, Transport, Verpflegung u.a.).

Das Produkt Kongress lässt sich unterteilen in

- ✓ Hardware (Räume, Technik,..)
- ✓ Software (Personal, Service,..)

welche als ein Grundbedürfnis oder Kernprodukt zur Sicherung des Informationsaustauschs gesehen werden, und dem Zusatzprodukt des Ortes bzw. der Destination, welche als Unterstützung der Grundfunktion und Erfüllung weiterer

---

<sup>6</sup> DETTMER u.a., Tourismustypen, a.a.O.

Bedürfnisse dient. Dazu gehört im engeren Sinn auch die spezielle Kongressinfrastruktur.

Die entsprechenden Teilleistungen setzen sich aus Leistungen der allgemeinen und der touristischen Infrastruktur zusammen, dieses breite Spektrum der Leistungsträger fordert im Kongresstourismus die Schaffung von Vernetzungen der einzelnen DienstleisterInnen, sowohl in funktionaler, organisatorischer, finanzieller als auch leistungsbezogener Hinsicht. Dadurch kommt es zu einer gewissen Institutionalisierung dieser Beziehungen zwischen den einzelnen LeistungsproduzentInnen, z. B. in Form von städtischen oder nationalen Kongressbüros. (z.B. Vienna Convention Bureau)

Die Berücksichtigung der daraus resultierenden Verantwortungen bezüglich des Managements von Kongressen ist von entscheidender Bedeutung. Die VeranstalterInnen des Kongresses bestimmen den Inhalt und weitergehend auch die Rahmenbedingungen der Durchführung der Veranstaltung. Innerhalb dieser Vorgaben besteht jedoch ein gewisser Handlungsspielraum für die Durchführung und Gestaltung am Kongressort durch andere beteiligte Leistungsträger, insbesondere für den professionellen Kongressorganisator (PCO)<sup>7</sup>, worauf wir in Kapitel 3 noch näher eingehen werden.

---

<sup>7</sup> DETTMER, u.a., Tourismustypen, a.a.O.

## 1.5 Kongress- und Tagungsllocations

Laut dem Vienna Meeting Planners Guide 2010-2012, einer Orientierungshilfe für KongressveranstalterInnen, beläuft sich die derzeitige Zahl der Kongress- und Tagungsllocations auf 152 in Wien. Diese sind in 5 Kategorien unterteilt:

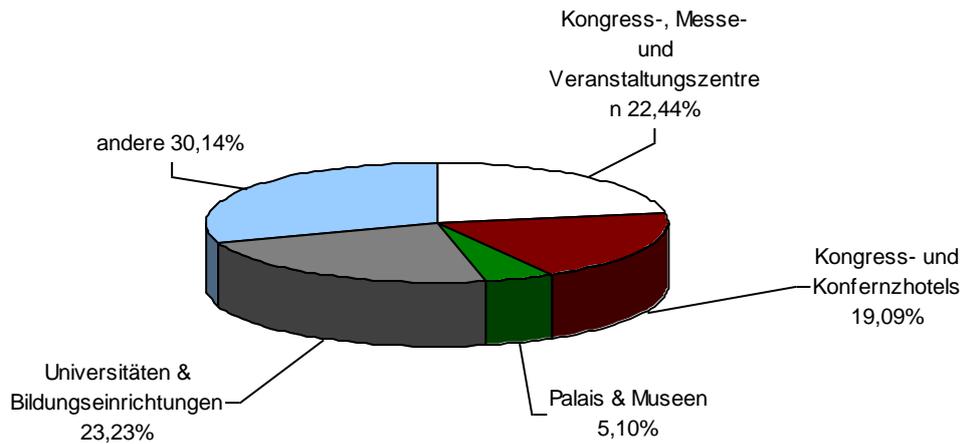
- ✓ Kongresszentren (3)
- ✓ Tagungshotels (84)
- ✓ Historische Locations (39)
- ✓ Moderne Locations (18)
- ✓ Universitäten (8)

Es sind seit der damaligen Ausgabe 2008-2010 weitere 18 Veranstaltungsmöglichkeiten (Venues) hinzugekommen, das heißt es war ein rasanter Aufschwung war zu verzeichnen. Dazu zählen unter anderen das Palais Schönburg, Tageszentrum Schönbrunn, Phoenix Supperclub Vienna.<sup>8</sup>

Zu den beliebtesten Locations zählten im Jahre 2009 Bildungseinrichtungen und Universitäten. Rund 24 % der Kongresse, die in Wien tagten, fanden in solchen Einrichtungen statt. An zweiter Stelle konnte man die Kongress-, Messe- und Veranstaltungszentren, wie das Austria Center Vienna oder die Messe Wien, mit 22 % finden. Unmittelbar dahinter befinden sich mit 19,09 % Konferenzhotels. 5,10 % gehen auf das Konto Palais und Museen und die restlichen 30,14 % sind andere außergewöhnliche Locations wie Schlösser, Schiffe, Cafes und Restaurants, Parks, Flughäfen, Opernhäuser, etc.

---

<sup>8</sup> Vgl: <http://www.vienna.convention.at/> [Abruf: 14.02.2011]



**Abbildung 1 - Aufteilung der Kongresse in Veranstaltungsorte**

Gerade einmal 4 % aller in Wien veranstalteten Kongresse sind Großkongresse und verfügen über eine TeilnehmerInnenzahl von über 1000. Wie wir erfahren haben, finden aber 22 % der Kongresse in Kongresszentren statt, was jedoch nicht zwingend bedeutet, dass die Kapazitäten voll ausgenutzt werden. Des Weiteren verzeichneten 40 % der veranstalteten Kongresse weniger als 100 TeilnehmerInnen.<sup>9</sup>

Auf Grund der Vielzahl an Kongressformen haben wir die verschiedenen Veranstaltungstypen gegliedert und definiert um einen einfacheren Einstieg in die Arbeit zu gewähren und Verwechslungen vorzubeugen.

Im nächsten Kapitel schildern wir – an Hand eines geschichtlichen Rückblickes – wie sich der Kongresstourismus in Wien etablieren konnte.

<sup>9</sup> [http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische\\_Kongressstatistik\\_Endfassung.pdf](http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf), S. 16 [Abruf: 24.02.2011]

## 2 Geschichtlicher Rückblick – Der Wiener Kongress

Die Friedensverhandlungen, die als Wiener Kongress in die Geschichte eingegangen sind, währten vom 16. September 1814 bis zum 9. Juni 1815 und vereinigten die Vertreter von nicht weniger als zweihundert kriegsführenden Mächten verschiedenster Größenordnung in den Mauern der Stadt: gekrönte Häupter, wie den russischen Zaren und die Könige von Preußen, Württemberg, Bayern und Dänemark, Minister und Diplomaten aller Ränge samt Hilfsstäbe. Zu ihnen gesellten sich Künstler, Männer und Frauen der europäischen Gesellschaft, ein Heer von Agenten und der unvermeidliche Tross zweifelhafter Gestalten beiderlei Geschlechts.

Zur beherrschenden Persönlichkeit auf dem Wiener Kongress wurde der Leiter der österreichischen Politik, Staatskanzler Fürst Clemens Wenzel von Metternich. Die Wahl der österreichischen Hauptstadt zum Tagungsort der glänzendsten Fürsten- und Diplomatenversammlung, die Europa je gesehen hatte, bedeutete schon allein den Erfolg der Politik Metternichs, trotz der Belastungen, welche die Kosten des anspruchsvollen Kongresses dem österreichischen Budget verursachen sollten.

Neben den politischen Verhandlungen, die mit der Unterzeichnung der „Schlussakte“ am 9. Juni 1815 in der Wiener Staatskanzlei auf dem Ballhausplatz endeten, gab es für die Kongressteilnehmer ein überreiches, aus der Tradition der barocken Festkultur schöpfendes Vergnügungsprogramm. Der Hof und die adeligen Familien veranstalteten Empfänge, Maskenredouten und Bälle, luden zu Reiterspielen, Wagen- und Schlittenfahrten, Gartenfesten und Jagden ein und arrangierten Konzerte, Liebhaberaufführungen und Feuerwerke.

Das Bürgertum Wiens nahm, angesichts seiner politischen Rechtlosigkeit und des Informationsmangels jener Zeit durchaus begreiflich, nur einen geringen Anteil am Fortgang des Kongresses. Breite Bevölkerungsschichten führten zudem als Folge der langen Kriegszeit, der zweimaligen Besetzung und der Geldabwertung ein so ärmliches Leben, dass es sie verbitterte, wenn die Zahlungskraft der Ausländer zu allgemeinen Preissteigerung führte.

Die Abfolge geselliger Ereignisse, Bälle und sonstiger Vergnügungen ließen Charles Joseph Fürst von Ligne den Begriff des „Tanzenden Kongresses“ prägen. In einem Brief an Talleyrand vom 1. November 1814 schrieb Ligne:

*„Man schreibt mir das Wort zu: ‚Der Kongress tanzt, aber er kommt nicht vorwärts.‘ Es sickert auch nichts durch als der Schweiß dieser tanzenden Herren. Ich glaube auch gesagt zu haben: ‚Dies ist ein Kriegskongress, kein Friedenskongress‘“<sup>10</sup>.*

(Charles Joseph de Ligne)

Auch andere Zeitgenossen zeigten sich, obwohl sie die politische Unbeweglichkeit beklagten, von der Prachtentfaltung beeindruckt.

Der Generalsekretär der Versammlung Friedrich von Gentz schrieb in einem Brief vom 27. September 1814<sup>11</sup>:



Abbildung 2 - "Der Kongress tanzt"

„Die Stadt Wien bietet gegenwärtig einen überraschenden Anblick dar; alles was Europa an erlauchten Persönlichkeiten umfasst ist hier in hervorragender Weise vertreten. Der Kaiser, die Kaiserin und die Großfürstinnen von Russland, der König von Preußen und mehrere Prinzen seines Hauses, der König von Dänemark, der König und der Kronprinz von Bayern, der König und der Kronprinz von Württemberg, der Herzog und die Prinzen der Fürstenhäuser von Mecklenburg, Sachsen-Weimar, Sachsen-Coburg, Hessen usw., die Hälfte der früheren Reichsfürsten und Reichsgrafen, endlich die Unzahl von Bevollmächtigten der großen und kleinen Mächte von Europa – dies alles erzeugt eine Bewegung und eine solche Verschiedenheit von Bildern und Interessen, dass nur die außerordentliche Epoche, in der wir leben, etwas Ähnliches hervorbringen

<sup>10</sup> Charles Joseph de Ligne, 01.11.1814, Zitat von Internetquellen: Wikipedia, [http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener\\_Kongress](http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress), [Abruf 08.02.2011]

<sup>11</sup> [http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener\\_Kongress](http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress), [Abruf 08.02.2011]

konnte. Die politischen Angelegenheiten, welche den Hintergrund dieses Bildes sind, haben indessen noch keinen wirklichen Fortschritt gebracht“<sup>12</sup>.

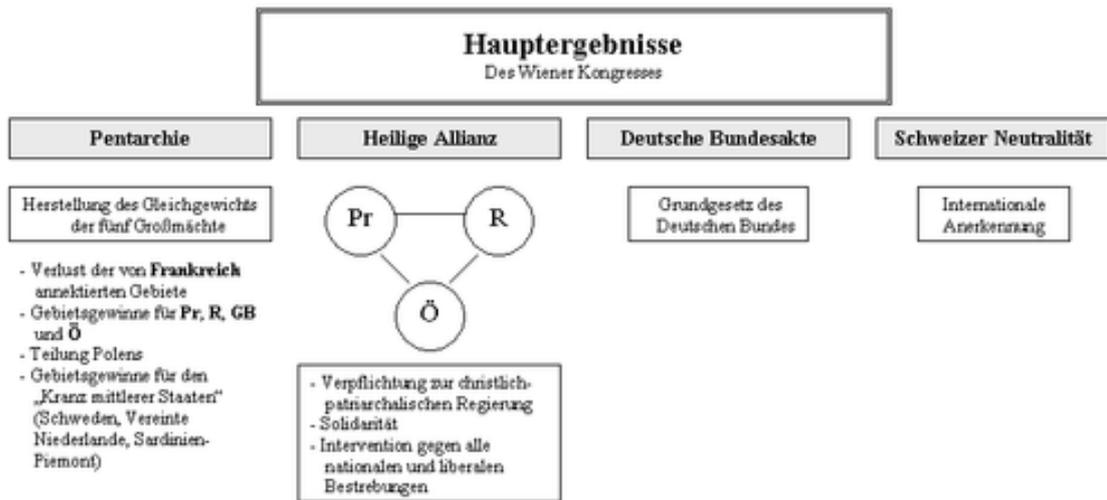
Die Kaiserstadt selbst gewann jedoch durch den Kongress außerordentlich an Geltung.

Die Anwesenheit der politischen Prominenz Europas, der Glanz und die Vielfalt der gesellschaftlichen und künstlerischen Ereignisse und vor allem das von ihr ausgehende Friedenswerk bewirkten, dass Wien an Bedeutung vorübergehend sogar Paris und London überflügelte. Die Kaiserstadt war dann noch auf Jahrzehnte hinaus das Symbol der wiederhergestellten vorrevolutionären Ordnung, die allerdings zerbrach, als sich wieder die von der Französischen Revolution geweckten und von den konservativen Politikern des Wiener Kongresses vernachlässigten nationalstaatlichen und demokratischen Ideen zutage traten<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Friedrich von Gentz, 27.09.1814, Zitat von Internetquellen: Wikipedia  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener\\_Kongress](http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress) [Abruf 08.02.2011]

<sup>13</sup> Vgl: „Geschichte Österreichs“ von Erich Zöllner Verlag:München,Oldenbourg,1990, 8. Auflage  
„Wiener Stadtgeschichte“ von Erwin Schmidt; Jugend und Volk Verlag 1978  
„Zeitbilder Band 6“ von Scheucher, Wald, Staudinger, Scheipl, Ebenhoch; Österreichischer Bundesverlag.



**Abbildung 3: Ergebnisse des Wiener Kongresses**

Der Grundstein für die Entwicklung Wiens zu einer modernen Kongressstadt war gelegt, die günstige geographische Lage „im Herzen Europas“ war schon damals ein wichtiger Faktor, in dem die Stadt einen Vorteil erkannte und diesen auch nutzte. Im nächsten Kapitel unserer Arbeit wollen wir auf einige Institutionen eingehen, die das heutige Geschäft im Wiener Kongresstourismus bestimmen.

### 3 Institutionen

Es gibt mehrere nationale und internationale Institutionen/Organisationen, die sich um die Weiterentwicklung und das Bestehen Bleiben des Kongresstourismus bemühen. Wir versuchen zu veranschaulichen, wie diese Institutionen miteinander im Kontakt stehen und was ihre Aufgabenbereiche sind bzw. wie sie ihren Mitgliedern unter die Arme greifen und werden zu Beginn die für Wien wichtigste Institution, das Vienna Convention Bureau, näher beleuchten.

#### 3.1 Vienna Convention Bureau

Aus nationaler Sicht ist dieses Kongressbüro die wahrscheinlich markanteste Institution zur Förderung des Kongresstourismus in Wien. Als neutraler Partner ist es seine Aufgabe, die Position Wiens als prominenteste Kongressstadt Mitteleuropas weiter zu forcieren.

Convention Bureaus im Allgemeinen existieren in nahezu jeder Stadt, in der sich der Kongresstourismus als wirtschaftliches Standbein etabliert hat. In einigen anderen Städten herrscht aber auch ein Kommen und Gehen an Convention Bureaus.

Diese sind leider auch sehr oft lokalpolitisch beeinflusst, was natürlich die Kundenfokussierung sehr schwierig macht.

Das Vienna Convention Bureau unterscheidet sich von einem Professional Congress Organizer (PCO) dadurch, dass das Vienna Convention Bureau nichts selber bei einem Kongress durchführt. Das VCB ist der erste Ansprechpartner für die Verbände oder Firmen, die einen Kongress abhalten wollen. Es stellt dem Veranstalter verschiedene Wiener Tagungsorte vor, lädt die bevorzugten Häuser zur Angebotslegung ein und berät anschließend bei der Auswahl. Das VCB ermittelt auch den Bedarf von ausländischen KongressveranstalterInnen im Wiener Raum. Wenn der Bedarf nach einem Kongress in Wien besteht, wird die Bewerbung des Kongressanbieters zwischen den einzelnen PCOs lanciert.



Abbildung 4 - VCB

Jedoch ist es nicht immer notwendig einen heimischen Organisator für Kongresse zu beauftragen, da sich die KundInnen sehr oft auch für ausländische AnbieterInnen entscheiden. Dies geschieht meistens über die „Core-PCOs“, die einen Vertrag mit dem jeweiligen Headoffice einer Stadt haben. Dieses Headoffice übernimmt die Organisation des Kongresses, kümmert sich um die Kontingente und wickelt den Kongress ab.

*„Das Vienna Convention Bureau ist lediglich ein Vermittler und kein Professional Congress Organizer“<sup>14</sup>.*

Gegründet wurde es 1969 als Abteilung des Wiener Tourismusverbands mit finanzieller Unterstützung der Stadtverwaltung und der Wirtschaftskammer Wien. Das VCB verfügt in etwa über ein Budget von 2,2 Millionen Euro, das sich wie folgt zusammensetzt: ~40% der Gelder fließen zur Hälfte von der Stadt Wien, zur anderen Hälfte von der Wirtschaftskammer ein. Rund 45% schießt der Wiener Tourismusverband hinzu und die restlichen 15% ergeben sich aus Marketingkooperationen und Sponsorengeldern.

An der Leistung der KundInnen verdient das VCB nichts. Es ist daher eine reine Non-Profit Organisation bestehend aus 11 MitarbeiterInnen.<sup>15</sup>

### **3.2 PCO's (Professional Congress Organizers)**

Ein PCO organisiert Veranstaltungen von Seminaren ab 50 Personen bis zum Weltkongress mit mehreren tausend Teilnehmern, von der Konzeption der Veranstaltung über den Austragungsort bis zur Abrechnung. Potentielle Kunden eines PCO's sind viele Verbände, öffentliche oder privatwirtschaftliche Institutionen und Ministerien. Die Bedingungen für einen guten Veranstaltungsort beginnen damit, dass der Ort gut erreichbar sein muss, ein gutes PreisLeistungsverhältnis und professionelle Rahmenbedingungen bietet. Natürlich sollte der Ort auch über ein gutes Image verfügen. Die Signifikanz der Rahmenprogramme ist am Sinken, da das Hauptaugenmerk der Kongressgäste auf der Fort- und Weiterbildung beruht. Durch diese Entwicklung hat sich die Anzahl der Be-

<sup>14</sup> Christian Mutschlechner, Interview

<sup>15</sup> Vgl: <http://www.vienna.convention.at/> [Abruf: 19.12.2010]

gleitpersonen zu einem großen Teil reduziert. Ein Professional Congress Organizer (PCO) ist ein "Reisebüro" für KongressveranstalterInnen.

Als Beispiel hierfür führen wir die Austropa Interconvention an. Die Austropa Interconvention gehört zur Verkehrsbüro Gruppe, welche der führende österreichische Tourismuskonzern ist.

Ein PCO bekommt die Aufgabe, sich um den Veranstaltungsort, die Wohnmöglichkeiten, die An- und Abreise zu kümmern und alles rund um den Kongress zu organisieren. Zu den genauen Aufgaben zählen sinngemäß nach Austropa Interconvention:

- ✓ Logistik (Beratung & Projektierung)
- ✓ Budget & Reporting
- ✓ Teilnehmerregistrierung & Kongresssekretariat
- ✓ Kongressabrechnung
- ✓ Konferenzort
- ✓ Printmaterial

Diese Aufgabenbereiche lassen sich wiederum in kleinere Untergruppen unterteilen.

Logistik:

- ✓ Konzeption
- ✓ Marketing
- ✓ Finanz- & Rechtsfragen

Budget & Reporting:

- ✓ Erstellen von Statistiken
- ✓ Managementinformationen
- ✓ Controlling
- ✓ Budgetierung

Teilnehmerregistrierung & Kongresssekretariat:

- ✓ Teilnehmeranmeldung
- ✓ Zahlung
- ✓ Bestätigung

Kongressabrechnung:

- ✓ Controlling
- ✓ Endabrechnung

Konferenzort:

- ✓ Tagungszentrum
- ✓ Personalplanung und -einsatz
- ✓ Catering
- ✓ Registrierungsschalter
- ✓ Tagungsunterlagen
- ✓ Informationstechnologie
- ✓ Technik

Materialien:

- ✓ Logodesign
- ✓ Aussendungen

Die Austropa Interconvention bietet außerdem noch zusätzliche Dienstleistungen an wie: Abendgestaltung und Sightseeing, Limousinenservices und Bus-transfers, Erlebnistouren und Kulturprogramme.

Der internationale Verband der alle PCO's miteinander vereint, ist die IAPCO (Internationale Association of Professional Congress Organizers) mit ihrem Sitz in Brüssel. Sie wurde 1968 gegründet und gehört zu den Non-Profit Organisationen der Kongressbranche. Die 100 Mitglieder der IAPCO sind ausschließlich PCO's und Manager für Kongresse, die genügend Erfahrung mit der Organisation von Kongressen einer bestimmten Größenordnung haben. Der Verband ist auch ein Sprungbrett für neue PCO's, da IAPCO für qualitativ hochwertige Abwicklung und Leistungen steht. Natürlich gibt es auch hier das Argument für Erfahrungsaustausch. Außerdem werden auch viele Schulungen und Seminare

für die Mitglieder angeboten, wie beispielsweise das jährliche Wolfsberg Seminar, das lange Zeit das einzig nennenswerte Fortbildungsseminar europaweit war. Gemeinsam organisieren die daran Beteiligten über 5.500 Meetings und Kongresse jährlich<sup>16</sup>.

### 3.3 ICCA

#### ICCA - International Congress and Convention Association

Die ICCA gilt als Dachorganisation der globalen Kongress- und Meeting-Industrie sowie als strategischer Vordenker aller wesentlicher Trends dieser Branche. Sie wurde 1963 von einer Gruppe von Reisebüroangestellten gegründet, deren Ziel es war, die Reisebranche in Bezug auf internationale Meetings weiterzuentwickeln, an Hand von gegenseitigem Informationsaustausch. Die Reisebranche entwickelte sich schneller als gedacht, wodurch die Organisation einen Zuwachs von repräsentativen Mitgliedern verzeichnet. Heute umfasst die ICCA ca.1200 MitgliederInnen aus rund 85 Ländern. Die MitgliederInnen der ICCA stammen aus Bereichen wie Logis, Transport sowie Veranstaltungsplanung bzw. deren Durchführung. Des Weiteren vereint jene Organisation mehr als 900 Kongresszentren sowie Eventorganisatoren weltweit, kümmert sich um alle Bereiche der Kongressbranche und hat auf allen Kontinenten die meisten AnhängerInnen.



Abbildung 5 - ICCA

Das Ziel dieser Organisation ist folgendes:

*„ICCA will führende Kraft des gesamten internationalen Tagungswesens sein, ein Qualitätsnetzwerk für seine Mitglieder anbieten und ihnen Geschäftsmöglichkeiten verschaffen“<sup>17</sup>.*

Die Zentrale der ICCA befindet sich in Amsterdam, jedoch gibt es regionale Headquarters in Asien, Nord- und Südamerika.

<sup>16</sup> Vgl: [http://www.austropa-interconvention.at/de/service\\_congress.asp](http://www.austropa-interconvention.at/de/service_congress.asp) [Abruf: 13.02.2011]

<sup>17</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 546.

Die Organisation erstellt auch Statistiken über nationale und internationale Kongresse, wodurch sich die Städte auch miteinander vergleichen können. Des Weiteren unterstützt sie die Mitglieder mit Workshops zur besseren Akquisition der Kunden.

Jährlich findet der ICCA-Kongress in verschiedensten, kongressfördernden Städten statt und „feiert“ 2011 sein 50-jähriges Bestehen in Leipzig, welches sich gegen seine MitbewerberInnen Dubai, Abu Dhabi oder Pittsburgh durchsetzen konnte. Dabei wird auch die höchste Auszeichnung, nämlich der „Moises Shuster Award“, verliehen. Bei dem letztjährigen Kongress in Indien überreichte ICCA-Präsident Leigh Harry diesen Preis an den Leiter des VCB's, Christian Mutschlechner, für sein Engagement und seine Durchsetzungskraft zur Weiterentwicklung der ICCA<sup>18</sup>.

*„Seine Visionen, in welche Richtung sich die Tagungsindustrie entwickeln kann, sind Teil des Erfolgs von ICCA und seiner Heimatstadt Wien“<sup>19</sup>.*

---

<sup>18</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 546.  
<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm> [Abruf: 15.02.2011]  
<http://www.l-iz.de/Wirtschaft/Metropolregion/2010/12/Leipzig-im-Zentrum-der-globalen-Kongressbranche.html> [Abruf: 14.02.2011]  
<http://b2b.wien.info/de/presse/aussendungen/mutschlechner-icca-auszeichnung> [Abruf: 15.02.2011]  
[http://www.salzburgcongress.at/de/ueber\\_uns/mitgliedschaften/icca.htm](http://www.salzburgcongress.at/de/ueber_uns/mitgliedschaften/icca.htm) [Abruf: 15.02.2011]  
<http://www.leipziginfo.de/aktuelles/artikel/datum/2010/12/18/50-icca-kongress-2011-in-leipzig/> [Abruf: 14.02.2011]

<sup>19</sup> [http://www1.vienna.convention.at/news/news\\_detail.asp?lang=1&nid=581&smid=1](http://www1.vienna.convention.at/news/news_detail.asp?lang=1&nid=581&smid=1), [Abruf: 24.02.2011]

### 3.4 UIA

#### UIA - Union of International Associations

Diese Organisation ist ein Forschungsinstitut und hat ihren Sitz in Brüssel. Sie wurde 1907 von Henri La Fontaine und Paul Otlet gegründet.

Die UIA untersucht unter anderen internationale Meetings und erstellt Statistiken darüber. Getrennt von der ICCA erstellt diese Institution auch Statistiken zum Kongresstourismus<sup>20</sup>.



Abbildung 6 - UIA

### 3.5 AIPC

#### AIPC – Association Internationale des Palais de Congr 



Abbildung 7 - AIPC

Diese Organisation stellt den Verband der weltweit führenden Kongresszentren dar und verfügt über etwa 200 Mitglieder, die hauptsächlich in Europa angesiedelt sind. Zweck dieses Verbandes ist es, die Manager der Kongresszentren an einem Ort zusammenzubringen, um Erfahrungen auszutauschen zu können, in Bezug auf Organisation, globale Entwicklungen, Technik und Finanzen. Das Ziel der ManagerInnen ist es daher, in Zusammenarbeit noch bessere Qualität für die KundInnen bieten zu können. Die Vorteile für die Mitgliedszentren sind eindeutig. Die AIPC steht für Qualität und überprüft daher regelmäsig die Einhaltung und Entwicklung der Qualitätsstandards der Zentren, da dies ein Mitgrund für die Mitgliedschaft ist. Des Weiteren verfügt auch dieser Verband über eine Jahresversammlung, die jährlich ihren Ort wechselt, jedoch immer in einem der Kongresszentren stattfindet. 2007 war Graz, mit seiner Messe Congress Graz, Veranstaltungsort der Versammlung<sup>21</sup>.

<sup>20</sup> Vgl: <http://www.uia.be/> [Abruf: 03.4.2011]

<sup>21</sup> Vgl: <http://www.aipc.org/quality.php>; [Abruf: 02.4.2011]

SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 546

### 3.6 EFCT

#### European Federation of Conference Towns



Abbildung 8 -  
EFCT

Dieser Verband ist wahrscheinlich die erste Anlaufstelle für KundInnen, wenn sie nach einem Veranstaltungsort für einen Kongress in Europa suchen, da die Mitglieder der EFCT Convention Bureaus der einzelnen Städte sind, die, wie wir wissen, bei der Vermittlung von Kongressen in der eigenen Stadt helfen. Es werden aber auch einige Mitglieder durch Kongresszentren repräsentiert, die die Interessen der jeweiligen Stadt bei diesem Verband vertreten. Die Mitglieder, die zugleich ihre Destination repräsentieren, kommen aus 30 Ländern. Diese werden von der EFCT im internationalen Wettbewerb gestützt, damit sie sich besser gegen die Konkurrenz durchsetzen können. Die Plattform dient selbstverständlich auch zum Informationsaustausch zwischen den jeweiligen Mitgliedern.

Die EFCT ist in den letzten Jahren immer mehr von den Kongressdestinationen geschätzt geworden und kann daher auch *als „... the voice of experience in the European Meeting and Events Industry, both at European and International level, ...“*<sup>22</sup> bezeichnet werden.

### 3.7 Probleme der Institutionen

Es gibt noch wesentlich mehr Verbände als die eben genannten. Doch genau dies scheint das Problem der Kongressbranche zu sein. Sie kreieren eine Identität im Kongresstourismus und dienen als Anlaufstation für Fragen und Probleme, jedoch gibt es eine solch große Vielzahl an Verbänden mit häufig überschneidenden Aufgabenbereichen, wodurch die Schaffung einer einheitlichen Identität wesentlich erschwert wird und lediglich das Konkurrenzverhalten gesteigert wird.

Die meisten Verbände spezialisieren sich nur auf gewisse Bereiche, wie beispielsweise ein Fachverband für Marketing-Agenturen. Einerseits gut, da alle Gebiete wie die Vermarktung, oder die Organisation beachtet werden. Andererseits handeln diese Verbände aber ausschließlich aus eigenem Interesse und

<sup>22</sup> <http://expopromoter.com/Societies/lang/en/socorg/12932/> [Abruf: 26.3.2011]; SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 546.

sprechen sich kaum mit anderen Institutionen ab. Des Weiteren ist es auch schwer für die KongressveranstalterInnen, die erst neu in dieser Branche sind, die Kontakte zu allen Verbänden herzustellen. Deswegen wäre es wesentlich einfacher, wenn es einen Spezialverband gäbe, zu vergleichen mit dem Vienna Convention Bureau in Wien, der den VeranstalterInnen bei nahezu allen Bedürfnissen behilflich sein kann.

*„Vielleicht hat auch diese Zersplittung im Kongresswesen dazu beigetragen, dass es „die Stimme der Kongresswirtschaft“ weder im nationalen, noch im europäischen oder internationalen Kontext gibt“<sup>23</sup>.*

Daher sollte es eine internationale Dachorganisation geben, mit Außenstellen auf den jeweiligen Kontinenten, um eine Einheit im Kongresswesen zu schaffen. Dadurch gäbe es einheitliche Statistiken, die sich nicht voneinander unterscheiden würden. Das Konkurrenzverhalten würde nachlassen und jene Dachorganisation mit Standorten auf der ganzen Welt, könnte in Zusammenarbeit mit den untergeordneten Organisationen eine einheitliche Identität schaffen.

Da es eine solche Dachorganisation, mit Ausnahme von der ICCA, nicht gibt, muss man mehreren Verbänden beitreten, wo aber jeweils unterschiedliche Interessen vertreten werden.

Man sollte auch bei der Wahl des Verbandes vorsichtig sein. Einige werben mit dem Erfahrungsaustausch zwischen den Mitgliedern. Wenn dies aber der einzige Nutzen für eine/n ist und man sonst nur noch an dem jährlichen Verbandstreffen teilnimmt, ohne weitere Vorteile daraus zu ziehen, dann ist dieser Verband nicht der richtige Partner für Sie. Daher sollte man sich im Vorfeld schon genauestens erkundigen, welche Verbände seriös wirken und einem auch wirklich helfen können, damit man nicht Gefahr läuft, einem Verband beizutreten, der nicht sonderlich hilfreich ist, von einem aber Eintrittsgebühren und einen jährlichen Betrag für die Mitgliedschaft verlangt.

Denn um erfolgreich in der österreichischen bzw. der Wiener Kongresswirtschaft zu sein, benötigt es auch effizienter PartnerInnen.

Folgende Vorteile ergeben sich aus der Teilnahme an einem seriösen Verein:

<sup>23</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 534.

- ✓ Erlangen von Informationen positiver und negativer Entwicklungen
- ✓ Erfahrungsaustausch zwischen den TeilnehmerInnen
- ✓ Man trifft in jenen Verbänden nur auf die Engagiertesten und Besten der Branche
- ✓ Die Teilnahme an einer Organisation ist auch Bestätigung für die Qualität eines Unternehmens
- ✓ Probleme, die häufig ähnlich auftreten, können gemeinsam gelöst werden

Aus der Sicht Österreichs sollte man daher für eine problemlose Bewältigung von Kongressen bestimmt das Austria Convention Bureau bzw. das Vienna Convention Bureau und die ICCA, die alle Bereiche der Kongressbranche abdeckt, um eine Zusammenarbeit bitten<sup>24</sup>.

### **3.8 Signifikanz der Kongressstatistiken**

Da wir nun über die internationalen Organisationen, die auch für die Erstellung von Statistiken zuständig sind, gesprochen haben, empfanden wir es auch als wichtig, zu erklären, wofür diese Statistiken überhaupt entworfen werden.

Die Problematik ist, dass es leider noch zu wenige Organisationen in diesem Tourismussektor gibt, die sich mit der Erstellung von Statistiken befassen. Außerdem ist, wie auch bei anderen Statistiken, die Kongressstatistik nicht zu verallgemeinern, da es schwer ist, die jeweiligen Typen voneinander abzugrenzen, beziehungsweise nicht alle, auf Grund von mangelndem Informationsaustausch, erfasst werden können. In nicht vielen Ländern wird die wirtschaftliche Bedeutung des Kongresstourismus statistisch erfasst, da es eben schon Schwierigkeiten gibt, sich auf die Definitionen zu einigen. Gerade die großen Verbände wie die ICCA, AIPC und EFCT könnten hier, statistisch gesehen, etwas nachhelfen. Die Kongressbranche ist viel zu komplex, um sie statistisch zu erfassen. Dabei werden nämlich größere Kongresse erfasst, aber auch Tagun-

---

<sup>24</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 533 – 548.

gen mit weniger als 20 TeilnehmerInnen. Man ist sich auch nicht immer einig ob der Incentivemarkt ein vollkommen anderer ist oder auch teils zum Kongressgeschäft gehört, oder ob interne Firmenseminare auch einzubeziehen sind. Und so gibt es diverse Probleme, Statistiken zu erfassen, und auf Grund dessen weichen die Zahlen auch häufig voneinander ab, da verschiedene Verbände, verschiedene Vorstellungen davon haben, was in die Statistik einfließen muss. Trotzdem sagt eine solche Statistik einiges über eine Stadt aus. Ist sie stark in das Kongressgeschäft eingebunden, oder weniger? Sprich, es sagt viel über die Bedeutung dieses Wirtschaftszweiges einer Destination aus und ist auch gut für nach einem Tagungsortsuchende VeranstalterInnen.

*„Somit kann man sagen, dass die neue Statistik als Visitenkarte der Tagungs- und Kongressindustrie fungiert“<sup>25</sup>.*

Ein weiterer Vorteil ist, dass sich die Kongressdestination mit anderen Städten laufend vergleichen lässt und Marktbeobachtungen getätigt werden können.

### **Noch mehr Vorteile:**

- ✓ Relativ exakte Messbarkeit der Tagungs- und Kongressindustrie
- ✓ Beobachtung und Umsetzung neuer Trends
- ✓ Starke Positionierung auf dem internationalen Kongressmarkt<sup>26</sup>

Der Schwerpunkt dieses Kapitels liegt darauf, dass keine Einheitlichkeit im Kongresswesen besteht, da es im nationalen Bereich zu viele Institutionen gibt, die ihre eigenen Interessen verfolgen, nicht aber die Zusammenarbeit mit anderen Institutionen fokussieren. Die Institutionen legen daher mehr Wert auf ihre eigene Ziele als auf eine Vereinheitlichung des Systems. Man würde daher Richtlinien benötigen die von einer zentralen Stelle aus ausgehen und von allen Institutionen – ob es sich um ein PCO oder ein Convention Bureau handelt – eingehalten werden. Damit würde das Kongresswesen verständlicher, einfacher und einheitlicher werden.

<sup>25</sup> [http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische\\_Kongressstatistik\\_Endfassung.pdf](http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf) S. 8. [Abruf: 10.01.2011]

<sup>26</sup> Vgl: [http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische\\_Kongressstatistik\\_Endfassung.pdf](http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf), S. 8,9. [Abruf: 10.01.2011]

## 4 Kongresszentren

Kongresse sind in diversen Locations beheimatet, ob Hotels, Palais, Universitäten oder Museen, Wien bietet eine Vielzahl an Möglichkeiten. Um auf diejenigen mit der höchsten Buchungsanfrage und der höchsten Kapazität einzugehen wollen wir weiterführend auf die wichtigsten Kongresszentren Wiens hinweisen.

### 4.1 Hofburg

Die Hofburg dient nicht nur als Amtssitz des österreichischen Bundespräsidenten und Unterbringung verschiedener Museen, sondern bietet auch für zahlreiche Kongressbesucher Unterkunft.

Im Jahr 1958 wurde das Kongress- und Veranstaltungszentrum Hofburg gegründet. Es verfügt über 35 Räumlichkeiten und bietet mit seinen 17 000 m<sup>2</sup> Platz für 50 bis 4900 Veranstaltungs- bzw. Kongressgäste. Das Zentrum erstreckt sich über Teile der Alten Burg, der Neuen Burg und des Leopoldischen Traktes.

Die Hofburg war an der Entwicklung des Kongresstourismus in Wien wesentlich beteiligt. Anfänglich wurde das Kongresszentrum von der Burghauptmannschaft Österreich geführt, seit 1969 ist



Abbildung 9 - Die Wiener Hofburg

das Management unter der Führung der Wiener Kongresszentrum Hofburg Betriebsgesellschaft.

Im Kongresszentrum Hofburg finden jährlich 300 bis 350, unter Berücksichtigung des Kongresssitzes der OSZE (Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa) sogar 600, Veranstaltungen wie Tagungen, Kongresse bis hin zu Konzerten statt.

Veranstaltungen in der Hofburg:

- ✓ Kongresse internationaler Organisationen wie der UNO, der OPEC, der IAEO oder der OSZE
- ✓ Der Juristenball
- ✓ Der Kaiserball
- ✓ Romy Gala<sup>27</sup>

Um einen Gesamteindruck von einem der Kongresszentren Wiens zu bekommen, führten wir am 09.03.2011 ein Interview mit der Geschäftsführerin der Hofburg, Fr. Mag. Renate Danler. Dabei bekamen wir Eindrücke über die Praxis von Kongressorganisation und –planung vermittelt. Dieser Blick hinter die Kulissen zeigte uns, dass eine Vielzahl von Aspekten berücksichtigt werden muss, um Kongresse erfolgreich in die Stadt zu bringen und durchzuführen. Die Hofburg weiß diese Aufgaben zu bewältigen und kann, auch bedingt durch die historisch traditionelle Kulisse, von einer hohen Buchungslage sprechen. Neben jährlich stattfindenden Bällen und Galen bietet die Hofburg natürlich genügend Platz für Tagungen und Kongresse. Trotz spürbaren Konkurrenzdrucks verschiedener Hotels wie dem Hilton und dem Intercontinental kann sich das Konferenzzentrum Hofburg als populärer „Abhaltungsort“ vieler internationaler Veranstaltungen bewähren. Natürlich arbeitet die Hofburg auch zukunftsorientiert. Neben der Kernkompetenz, dem Ball- und Konzertgeschehen, sollen in Zukunft auch Veranstalter der Bereiche Bildung, Forschung und Wirtschaft angehalten sein ihre Tagungen in der Hofburg abzuhalten. Durch den historisch traditionellen Charme der Hofburg wird ihnen das auf jeden Fall gelingen. Daraus kann man schließen, dass die Wiener Hofburg mit Sicherheit ein wichtiges Standbein für den Kongresstourismus in Wien darstellt.

---

<sup>27</sup> Vgl: <http://www.hofburg.com/>; [de.wikipedia.org/wiki/Hofburg](http://de.wikipedia.org/wiki/Hofburg) [Abruf: 20.12.2010]  
<http://www.wien-konkret.at/veranstaltungen/ort/kongresszentrum-hofburg/> [Abruf: 15.02.2011]

## 4.2 Pyramide Vösendorf

Die Eventpyramide in Vösendorf, nahe von Wien, ist ein Eventhotel der Austria Trend Hotel Gruppe. Die Pyramide ist eine Mischung aus Hotel und Kongress- bzw. Messezentrum.

Das Eventhotel liegt im Süden von Wien, ist leicht zu erreichen und hat im nahen Umkreis Zufahrten auf wichtige Autobahnen. Das 4- Stern Kategorie Hotel ist als



Businesslocation konzipiert. Es befindet sich auf einem 90 000 m<sup>2</sup> großen Grundstück, mitten in einer Grünoase. Die Fassade besteht hauptsächlich aus Glas. Das Hotel bietet mit 458 Zimmern Platz für bis zu 4 000 Gäste.

**Abbildung 10 - Eventpyramide Vösendorf**

Als Österreichs größte Businesslocation bietet die Eventpyramide von der Wellnessoase bis zu den Konferenzräumen alles unter einen Dach. Die Kongressbesucher müssen das Hotel nicht verlassen um zu ihren Veranstaltungen zu gelangen.

Im hauseigenen Congress Center werden 20 top ausgestattete Konferenzräume angeboten. Mit einer Höchstteilnehmerrate von 2 000 Gästen ist für reichlich Platz gesorgt. Außerdem gibt es 4 Kongressbüros auf 2 Ebenen, die gemietet werden können.

### Veranstaltungen in der Eventpyramide:

- ✓ Die Pyramide kann für jegliche Kongresse, Bälle, Shows und Konzerte gemietet werden<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Vgl: <http://www.austria-trend.at/eventhotel-pyramide/de/> [Abruf: 20.12.2010]

### 4.3 Austria Center Vienna

Das Austria Center Vienna befindet sich im 22. Wiener Gemeindebezirk und wurde 1971 von der Stadt Wien gegründet.

Das ACV ist eine der Topadressen am europäischen Kongress- und Veranstaltungsmarkt. Durch die enorme Größe dieses Kon-



Abbildung 11 - Austria Center Vienna

gresszentrums und durch die Qualität seiner ausgezeichnet geschulten Mitarbeiter trägt das Austrian Center Vienna wesentlich dazu bei, dass Wien zu einer der beliebtesten Kongressstädte weltweit zählt.

Mit einer Gesamtfläche von 9 500 m<sup>2</sup>, die komplett für Veranstaltungen genutzt werden können, und einer Gesamtkapazität bis zu 15 000 Besuchern ist das ACV das größte Konferenzzentrum Österreichs. Das Gebäude ist in 5 Ebenen aufgebaut. Insgesamt gibt es 17 Hauptsäle für 100 bis ungefähr 4 300 Personen und 180 Nebenräume für kleinere Tagungen oder Konferenzen. Die großen Säle werden hauptsächlich für Messen, Konferenzen, Bälle oder Konzerte genutzt, wobei Nebenräume eher für Ausstellungen, Produktpräsentationen oder Seminare genutzt werden.

Seine Einrichtung ist natürlich auf dem neuesten Stand der Technik. Die Säle verfügen neben riesigen Großbildleinwänden, Wireless-Internetzugängen und Einrichtungen für Satellitenkonferenzen auch Dolmetschanlagen, sodass die Vorträge sofort in verschiedene Sprachen übersetzt werden können.

#### Veranstaltungen im Austrian Center Vienna:

- ✓ Sport- und Freizeitmesse „Wintertime“
- ✓ Pflegekongress
- ✓ EANM (European Association of Nuclear Medicine)

- ✓ Diverse Konzertveranstaltungen<sup>29</sup>

#### 4.4 Messe Wien

Die Wiener Messe zählt zu einem der wichtigsten Messestandorte Österreichs. Sie ist im Besitz der Wien Holding und der Wirtschaftskammer Wien. Sie hat ihren Standort im 2. Wiener Gemeindebezirk, direkt neben dem Wiener Prater.

Das 15 Hektar große Areal der Messe Wien beinhaltet 70 000 m<sup>2</sup> Nutzfläche, aufgeteilt auf 4 Messehallen für jegliche Ausstellungen, einen Büroturm und ein verbundenes Kongresszentrum. Das Wahrzeichen des Geländes ist ein spitzer Stahlurm, der auf den Büroeinrichtungen angebracht ist.

Trotz der im internationalen Vergleich relativ kleinen Messe werden hier wichtige internationale Kongresse, etwa medizinische Fachkongresse, abgehalten. Dies steigert wiederum die Wertschöpfung Wiens aus dem Kongresstourismus.



**Abbildung 12 - Messezentrum Wien**

#### Veranstaltungen der Wiener Messe:

- ✓ Chirurgenkongress
- ✓ Alzheimer- Konferenz
- ✓ Diabetes- Kongress
- ✓ Welt- AIDS- Konferenz
- ✓ VIENNA- TEC (internationale Fachmesse für die Industrie)
- ✓ Ferien- Messe<sup>30</sup>

<sup>29</sup> Vgl: <http://www.acv.at/>; [http://www.events.at/austria\\_center\\_vienna/](http://www.events.at/austria_center_vienna/) [Abruf: 05.01.2011]

<sup>30</sup> Vgl: <http://www.messe.at/>; [http://de.wikipedia.org/wiki/Messe\\_Wien](http://de.wikipedia.org/wiki/Messe_Wien) [Abruf: 10.01.2011]; [http://www.messecongress.at/nt/download/imagefolder\\_a4\\_quer.pdf](http://www.messecongress.at/nt/download/imagefolder_a4_quer.pdf) [Abruf: 15.02.2011]

Obwohl die eben genannten Veranstaltungsorte nur einen groben Umriss der Vielfalt an Kongresszentren in Wien darstellen, zeigt sich bereits die Bandbreite an Möglichkeiten, in jedem Teil der Stadt einen Großkongress abzuhalten. Je nach Charakter der Veranstaltung können KongressveranstalterInnen zwischen einem Gebäude mit historischem Ambiente wie der Hofburg, oder einem modernem Zentrum wie der Messe Wien wählen. Die Kongresszentren sind mitunter ein Grund für den Erfolg am Kongressgeschehen Wiens. Um weitere Gründe dafür zu erforschen, beschäftigen wir uns im nächsten Kapitel was Wien für KongressveranstalterInnen so interessant als Kongressstadt macht.

## 5 Wien die Kongressstadt

Wien spielt auf dem touristischen Kongressmarkt eine wichtige Rolle und steht seit mehreren Jahren un-mittelbar an der Spitze bei jährlich veranstalteten Kongressen. Wir wollten der Sache auf den Grund gehen, warum genau Wien als Kongressstadt die vorausgesetzten Kriterien erfüllt, um erfolgreich zu sein. Was sind die Kriterien?



**Abbildung 13 - Aussicht über Wien vom Kahlenberg**

Der Kongresstourismus spielt spätestens seit dem „Wiener Kongress“ im Jahre 1815 (siehe oben 9 - 11) eine wichtige Rolle. Ab dieser Zeit begann man damit, sich immer mehr auf die Wirtschaftssparte Kongress zu spezialisieren und etablierte Wien zu einer der bedeutendsten und beliebtesten internationalen Kongressstädte.

Neben dem Faktor, dass Wien – laut Mercer Studie im Jahre 2009 – die Stadt mit der besten Lebensqualität der Welt war und auch zu den saubersten und sichersten Städten weltweit gehört, stellt es weiters auch keine Schwierigkeit dar, nach Wien problemlos einzureisen.

Wien ist, geografisch gesehen – da es zentral zu Kontinenten wie Nordamerika und Asien liegt – nicht nur ideal zu erreichen, sondern bietet auch eine fantastische innerstädtische Infrastruktur. Nicht nur um BewohnerInnen das Erreichen der Innenstadt zu erleichtern, wird immer wieder in Großbauprojekten wie der U-Bahnerweiterung nach Donaustadt investiert, sondern auch, da man weiß, dass die Infrastruktur für eine touristisch aktive Stadt notwendig ist.

Des Weiteren sind auch Kongress- und Konferenzzentren, wie beispielsweise das Austria Center in Kaisermühlen, ohne weitere Probleme mit einer U-Bahn und mehreren Buslinien zu erreichen.

Wien verfügt über eine zuverlässige Wirtschaft. Wien kann auch mit seiner guten Trinkwasser- und Luftqualität als grüne Stadt bezeichnet werden. Der Kongressgast braucht sich über chlorhaltiges Wasser oder eine schlechte Luftqualität keine Gedanken zu machen. Wien begeistert auch vor allem durch seine vielseitigen Facetten. Es vereint das übliche Stadtleben mit zahlreichen Grünflächen – wie dem Stadtpark oder dem Lainzer Tierpark – und bietet somit eine sehr angenehme Balance. Aspekte wie die eben genannten werden auf internationaler Ebene gewürdigt und sind auch ein Bestandteil dessen, dass Wien eine derartige Bedeutung im Kongresstourismus genießen darf.

Neben den wichtigsten Faktoren, wie der geografischen Lage, der Infrastruktur und der wirtschaftlich guten Stellung, überzeugt Wien auch mit seiner kulturellen und traditionellen Angebotspalette, wie folgt:

Für die Freizeitgestaltung bietet das Vienna Convention Bureau Programme, sodass sich die TeilnehmerInnen während ihres Aufenthalts in Wien nicht langweilen, sondern die Metropole mit all Ihren Facetten erkunden können. Es gibt eine Vielzahl an Möglichkeiten, die sich dem Kongressgast bieten. Ob es nur eine Melange in einem der Wiener Traditionscafés ist oder ein gemütlicher Besuch mit KollegInnen bei einem der zahlreichen Stammersdorfer Heurigen, die Metropole findet in solchen Belangen immer wieder Anklang bei den Kongressgästen.

Diejenigen, die mehr an der klassischen Kultur interessiert sind, schlägt es möglicherweise in eines der zahlreichen Wiener Museen, beispielsweise in die Albertina oder das Naturhistorische Museum, oder sie machen eine Fiakerfahrt durch die Altstadt Wiens.

Wien mit seiner Umgebung punktet aber auch im Bereich der Tagesausflüge, welche in Anspruch genommen werden: mit der Seilbahn auf den Schneeberg fahren, Kunstdenkmäler und die Weinbautradition entlang der Donau näher kennen lernen oder eine Fahrt zum größten Steppensee Westeuropas – dem Neusiedlersee. Mit einem solchem Angebot kann man den Kongressgast immer wieder begeistern.

Es ist anzumerken, dass diese Angebote zwar lukrativ und interessant wirken, aber in den letzten 15 Jahren immer mehr in den Hintergrund geraten sind. Der Kongressgast kommt nach Wien zur Weiter- und Fortbildung und nicht auf

Grund der eben genannten Side-Effects. Das VCB bietet unter anderem ein für den Gast ansprechendes Angebot, damit er/sie auch in der Freizeit etwas Kulturelles unternehmen kann.

Da der wichtigste Aspekt einer Kongressstadt mittlerweile die Infrastruktur geworden ist, versucht man auch in Zukunft diese weiter auszubauen, um damit als Kongressdestination noch interessanter zu werden<sup>31</sup>.

Auch die Zahlen und Fakten aus dem Jahre 2009, erarbeitet vom Vienna Convention Bureau, belegen, dass der Kongresstourismus ein wichtiges Standbein des Geschäftstourismus in Wien darstellt.

Im Jahr 2009 fanden in Wien 2.569 Kongresse und Firmenveranstaltungen statt. Es gab 1.372.884 Nächtigungen und insgesamt trug der Kongresstourismus mit 736 Millionen Euro zum Bruttoinlandsprodukt bei.

Bei der Anzahl der stattgefundenen Veranstaltungen gab es einen Rückgang von 21% im Vergleich zu 2008. Diese Verringerung ist dadurch zu erklären, dass Firmenveranstaltungen, im Gegensatz zu wissenschaftlichen Kongressen, wegen der Wirtschaftskrise einen Rückgang zu verzeichnen haben. Trotz Wirtschaftskrise hat die Tagungsindustrie ein Plus von 8,8% und die wissenschaftlichen Kongresse sogar eine Steigerung von 17% zu verzeichnen.

Kongresse haben sich in der schwierigen Zeit der Wirtschaftskrise als sehr stabil gezeigt und haben 2009 mit 11,5% Anteil zu der Gesamtnächtigungszahl in Wien beigetragen. Außerdem verzeichnen sie einen Zuwachs hinsichtlich der TeilnehmerInnen, der Anzahl, der Kongresstage und natürlich der Teilnehmernächtigungen. Einen Rückgang gab es nur bei der Teilnehmeranzahl und der durchschnittlichen Kongressdauer.

Vorherrschend bei den internationalen Kongressen sind Kongresse mit humanmedizinischen Inhalten. Die meisten Teilnehmernächtigungen verzeichnete der Themenbereich Humanmedizin mit 49%, gefolgt von Wirtschafts- und Politikkongressen mit 20% und Formal- und Naturwissenschaften mit 13%. Den größten Verlust an Teilnehmerübernachtungen von 7% zum Jahr 2008 zeigt der

---

<sup>31</sup> Vgl: <http://www.vienna.convention.at> [Abruf: 24.11.2010]

Bereich Informationstechnologie und Kommunikation mit 4% auf.

Am Gesamtnächtigungsanteil der Tagungsindustrie von 75% sieht man, dass internationale Kongresse sehr stark im Kommen sind und dass man ihnen immer mehr an Bedeutung zuschreiben kann. 2009 wurden 556 internationale Kongresse abgehalten, das ergibt einen Anteil von 22% der 2.569 Kongresse und Firmenveranstaltungen in Wien. An nationalen Kongressen gab es 326 an der Zahl.

2009 war insgesamt, mit Hilfe der guten Positionierung und Profilierung von Wien, ein sehr gutes Jahr im Hinblick auf den Kongresstourismus. Mit 14.548 Ganzjahresarbeitsplätzen wurden sogar 10% mehr Arbeitsplätze gesichert als noch im Jahr 2008<sup>32</sup>.

## 5.1 Stadtmarketing: Grundsatz des Kongressmarketing

Da der Kongress in einer Form auch publik gemacht werden muss, benötigt es gewisse Bemühungen im Bereich Vermarktung.

Der Markt Kongresswirtschaft hat sich zu einem Käufermarkt entwickelt. Die Vermarktung der Kongresszentren und das Ziel den KundInnen die optimale Veranstaltung zu bieten ist ein essentieller Faktor im Kongressgeschehen.

Um den Markt so zu beeinflussen, sodass die Unternehmensziele erzielt werden, unterliegt es einem Zusammenspiel der Marketing- Mix- Instrumente:

- ✓ Produkt/Leistung
- ✓ Kommunikation
- ✓ Distribution
- ✓ Preis<sup>33</sup>

Da viele Entscheidungsfaktoren der potentiellen KundInnen nicht im Einflussbereich des Marketing- Mix der Kongressmanager liegen, muss das Kongress-

---

<sup>32</sup> Vgl: [http://www2.vienna.convention.at/images/files/wks\\_2009.pdf](http://www2.vienna.convention.at/images/files/wks_2009.pdf) [Abruf: 18.12.2010]

<sup>33</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 459 – 473.

marketing, im besten Fall, ins Stadtmarketing einfließen. Aus der Sicht der Kongresswirtschaft wird der Term „Stadtmarketing“ als Tourismuswerbung einer Stadt gedeutet.

Das Marketing des Kongresszentrums soll helfen,

- ✓ die KundInnen mit allen ihren Vorlieben und Wünschen zu kennen
- ✓ das eigene Produkt zu analysieren
- ✓ ein Stärken- Schwächen- Profil zu gestalten
- ✓ die Schwächen zu eliminieren, bzw. die Stärken zu optimieren
- ✓ und das eigene Produkt zu verkaufen

Marketing soll auf die Verbesserung des eigenen Produktes hinarbeiten. Neben dem Hauptangebot eines Kongresszentrums, also die „Hardware“ (Räumlichkeiten, Technik, ...) gewinnt die „Software“ stetig an Bedeutung. Diese „Software“, wie zum Beispiel die Freundlichkeit und das Know-how des Personals, entpuppt sich als wichtiger Faktor zum Erfolg eines Hauses.

Da auch die Umgebung und die Infrastruktur zu der „Software“ zählen, muss sich das Hotel bzw. das Zentrum über die Stadt identifizieren und verkaufen. Für die KundInnen muss das Umfeld stimmig sein.<sup>34</sup>

Die Erfolgsfaktoren einer Kongressstadt sind:

- ✓ das Kongresszentrum
- ✓ die Hotels
- ✓ die Gastronomie
- ✓ die Kultur
- ✓ die Verkehrsanbindung
- ✓ die Attraktivität

---

<sup>34</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 459 – 473.

Um die Gesamtheit der Kundenwünsche zu erfüllen bedarf es einer Zusammenarbeit der Firmen, Organisation und Dienstleistungen der ganzen Kongressstadt. Das vorhandene Kongresszentrum ist oftmals kein Grund um eine Tagung oder einen Kongress in einer Destination abzuhalten. Hier gilt „Destination First“. Die Kongressstadt muss im Allgemeinen stimmig sein um ein attraktives Kongressangebot zu schaffen.

Es sind meistens Kleinigkeiten, die KundInnen zu der Wahl der Kongressdestination bewegen, wie:

- ✓ Zusammenarbeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- ✓ Attraktionen der Stadt
- ✓ Bauplanung weiterer Kongresszentren
- ✓ Allgemeine Infra- und Suprastruktur

Um die Zusammenarbeit innerhalb der Stadt zu verbessern bedarf es einem Leitbild. Bei einer Leitbilddiskussion, in der verschiedene Fraktionen innerhalb einer Stadt teilnehmen, wird besprochen wie sich die Stadt in den nächsten Jahren entwickeln soll. Kurz-, mittel- und langfristige Ziele werden erarbeitet, abschließend wird noch ermittelt ob sich diese Ziele in die Realität umsetzen lassen. Für die Erfüllung dieser Ziele muss außerdem eine Strategie entwickelt werden, damit sich die Stadt in möglichst vielen Bereichen einen USP erarbeiten kann.<sup>35</sup>

## 5.2 Marketing Wien

Wien ist aus verschiedenen, nicht unwesentlichen Gründen sehr attraktiv als Kongressstadt. Zum einen gibt es äußerst wichtige Grundvoraussetzungen wie die Infrastruktur der Stadt, oder die zentrale Lage innerhalb Europas („Tor zum Osten“).

---

<sup>35</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 459 – 473.

Zum anderen ist der Standard der Serviceindustrie viel höher als in anderen Städten Europas, da es in Wien professionelle MitarbeiterInnen mit guten Sprachkenntnissen gibt.

Wien arbeitet an einem gemeinsamen Marketing mit Barcelona, was jedoch nur zustande kam, da der Leiter des Vienna Convention Bureau, Herr Christian Mutschlechner, persönliche Verbindungen nach Barcelona hatte. Barcelona liegt mittlerweile, betreffend ihrer Verlässlichkeit, mit Wien auf gleicher Höhe und ist seit 10 – 15 Jahren ein Standardpartner im Kongressgeschäft. Barcelona ist außerdem seit der Olympiade 1992 eine beliebte Destination und gilt als die klassische Meeresdestination im Süden. Im Großen und Ganzen arbeiten Wien und Barcelona, bezogen auf das Marketing, immer zusammen, wenn es den Überseemarkt betrifft. Es gibt hierzu jedoch keinen Vertrag. Es wird gelegentlich kommuniziert und die jeweiligen MitarbeiterInnen organisieren den Rest. Eine gemeinsame Vermarktung der beiden Städte ist allerdings nicht möglich, da die rein geographischen und kulturellen Differenzen sich grundlegend unterscheiden und eine daraus resultierende direkte Konkurrenzsituation dies nicht zulässt.

*„Konkurrenz wird es immer geben, aber wir haben gegenüber Barcelona keine Berührungspunkte. Würde aber beispielsweise Budapest eine solch gute Infrastruktur anbieten wie Barcelona, würden wir mit Budapest bestimmt nicht kooperieren. Aber dadurch, dass Barcelona im Süden liegt und die klassische Meeresdestination bildet, sieht der Kunde in Wien und Barcelona zwei verschiedene Produkte“<sup>36</sup>.*

Das bedeutet, dass es sich Wien erlauben kann mit starken Kongressdestinationen gemeinsames Marketing zu betreiben, solange die Städte nicht im unmittelbaren Umfeld liegen, wie Budapest. Städte wie Budapest wären als Konkurrenz anzusehen, da KundInnen sich entweder für eine klassische Meeresdestination oder eine klassische mitteleuropäische entscheiden würden. Da sich Wien und Budapest denselben europäischen Raum teilen, würde das bedeuten, dass sich die Städte KundInnen gegenseitig wegschnappen würden und somit automatisch ein Konkurrenzverhalten zwischen ihnen entstehen würde. Daher

<sup>36</sup> Christian Mutschlechner, Interview

wird nur Marketing zu Destinationen aus einem anderen Raum als dem mitteleuropäischen angepeilt.

Auch wenn Wien bereits als die Kongressdestination für VeranstalterInnen gilt, werden weiterhin Marketinganstrengungen gefördert werden um eben jene InteressentInnen nicht an andere Destinationen zu verlieren. Gründe, warum Wien als Kongressdestination derartig erfolgreich ist, sind zusammenfassend: die Infrastruktur, die zentrale Lage inmitten Europas und gleichzeitig das „Tor zum Osten“, die einfache Abwicklung der Kongresse bedingt durch die Erfahrung und die Bemühungen des Vienna Convention Bureaus, die technische Ausstattung der Veranstaltungsorte und die wirtschaftlich gute Stellung Wiens. International immer mehr rücklaufend sind Werte wie Kultur, Attraktivität und Freizeitgestaltung die eine Destination während des Aufenthaltes anbietet. Im Mittelpunkt steht vorrangig die Fort- und Weiterbildung.

Um besser zu veranschaulichen, wie sich Wien international und national im Kongressgeschäft bewegt, stellen wir im nächsten Kapitel mehrere solcher Vergleiche an.

## 6 Wien im internationalen Vergleich

Wien gehört zwar schon seit längerem zu den Top-Spielern im Kongresstourismus, jedoch wollten wir auch wissen, welche Städte Wien Konkurrenz machen und eventuell auch bald in den Statistiken überholen werden. Daher strebten wir auch folgende Vergleiche mit anderen aufstrebenden Kongressstädten an.

Wien stand laut Statistik der International Congress and Convention Association (ICCA) 2009 zum 4. Mal in Folge an der Spitze der beliebtesten und am meist gebuchten Kongressstädte. Noch ein Jahr zuvor teilte man sich, mit 139 internationalen Kongressen, mit Paris Platz eins. Unmittelbar dahinter standen der unmittelbare „Konkurrent“ Barcelona mit 136 Kongressveranstaltungen. Weiters auch noch Singapur (118) und Berlin (110)<sup>37</sup>.

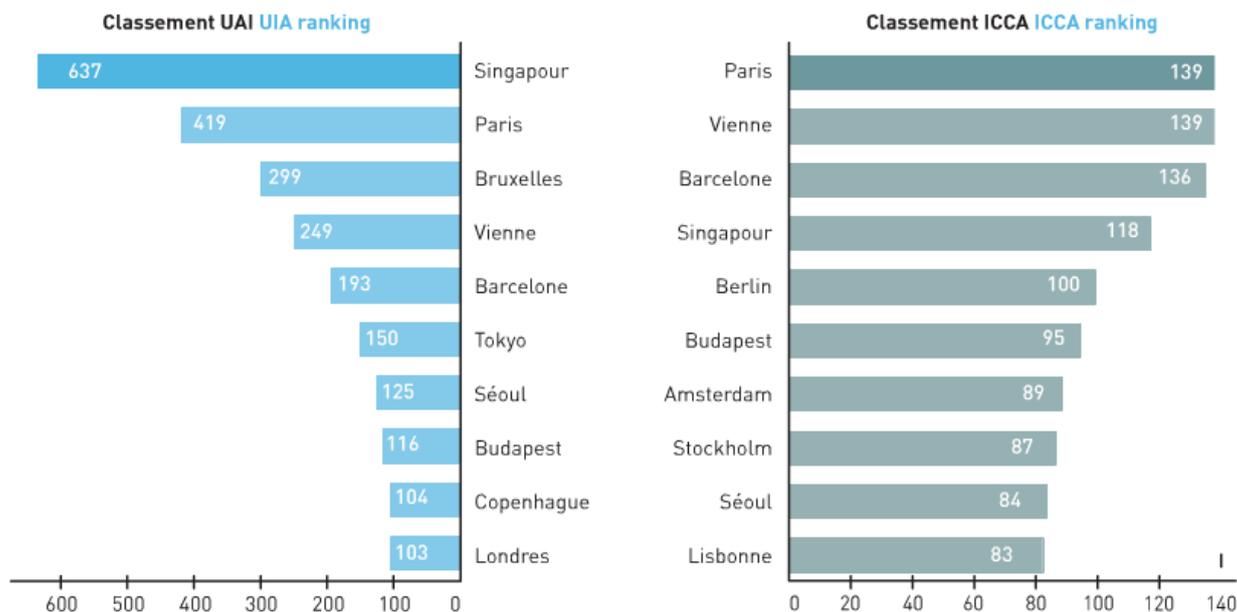
*„Auch die Buchungslage für heuer stimmt uns optimistisch, so sind zum Beispiel im September die Wiener Kongress-Locations ausgebucht“<sup>38</sup>.*

An Hand der folgenden Statistik erkennt man im internationalen Vergleich, welche weiteren Städte noch in der Kongressbranche mitmischen und Konkurrenten Wiens sind.

---

<sup>37</sup> Vgl: <http://www.oe24.at/welt/weltchronik/Wien-ist-beliebteste-Kongressstadt/534067>  
[Abruf: 19.12.2010]

<sup>38</sup> <http://derstandard.at/1242316086495/Wien-bei-Kongressen-weltweit-Nummer-eins> [Abruf: 21.12.2010]



**Abbildung 14 - Städtevergleich internationaler Kongresse**

Man kann man deutlich erkennen, dass laut der UIA 249 internationale Kongresse in Wien 2009 statt gefunden haben, und laut der ICCA 139. Diese Statistiken klaffen derartig auseinander, da die beiden Institutionen nach verschiedenen Kriterien bei der Erstellung der Statistik vorgehen.

Des Weiteren merkt man an Hand dieser Statistik bereits, dass Europa sehr gut im Kongressgeschäft vertreten ist. Immerhin sind laut beiden Institutionen 8 europäische Destinationen unter den Top 10 der meist veranstalteten internationalen Kongresse. Asiatische Länder sind zwar immer mehr im Kommen, jedoch hält Europa noch die Vormachtstellung und wird bestimmt aber auch weiter in den Kongresstourismus investieren.

In der nachfolgenden Statistik der ICCA sieht man die Entwicklung der international veranstalteten Kongresse in der jeweiligen Metropole von 2001 – 2008. Darin ist deutlich zu erkennen, dass Wien vor mittlerweile noch zehn Jahren gerade einmal auf Platz 4 hinter Berlin positioniert war. Wien begann damals jedoch immer mehr Kongresslocations zu errichten (z.B. Austria Center Vienna) bzw. Kongresszentren wie die Messe Wien zu erweitern und konnte daher immer mehr internationale Kongresse für sich beanspruchen. Wie man sieht, stieg die Zahl der Kongresse jährlich konstant an. 2008 verzeichnete man jedoch ein großes Minus, da zur gleichen Zeit im Sommer die Fussball Europameister-

schaft in Österreich und der Schweiz veranstaltet wurde. Die Hotels waren größtenteils schon ausgebucht und die Kapazität Wiens reichte klarerweise nicht aus, um weitere Kongresse neben einem solchen internationalen Riesenevent zu veranstalten. Man kann auch gut beobachten, dass Barcelona immer „Ups and Downs“ zu verzeichnen hatte. Dies lässt einen natürlich im Glauben, dass die Metropole keine Konstanz im Kongressgeschäft aufweist und kein allzu ernst zu nehmender Konkurrent ist. Nichts desto trotz holt Barcelona aber immer mehr auf die Spitze auf und gilt nicht umsonst als die klassische Meerestdestination im Süden Europas.

Rang	Stadt	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1.	Paris	93	89	91	133	127	162	135	139
	Wien	63	76	101	117	139	163	168	139
3.	Barcelona	71	102	95	137	133	110	112	136
4.	Singapur	52	66	80	109	128	137	129	118
5.	Berlin	66	74	96	119	103	114	135	100
6.	Budapest	47	71	67	93	96	100	98	95

**Abbildung 15 - ICCA Statistik: Anzahl der veranstalteten internationalen Kongresse weltweit**

Konkurrenten wird es immer geben. Wien schlägt sich jedoch sehr gut und glänzt international mit der hohen Professionalität des Vienna Convention Bureaus und der langjährigen engen Kooperation mit Wissenschaftsinstitutionen, sodass Wien auch weiterhin zu den Top-Playern unter den Kongressdestinationen gehören wird.

Auch wenn es Wien im Kongressgeschäft weiterhin gut gehen wird, kam es in den letzten Jahren zu einem Aufschwung am internationalen Kongressangebot in Asien. Dort entstehen immer mehr Kongress- und Messezentren, wobei 80 allein in China anzusiedeln sind, und machen verstärkt Druck auf Europa und in

Folge dessen auch auf Wien. Ausschlaggebend für eine derartige „Panikmache“ sind die Statistiken der UIA und ICCA, die Wien zwar sehr weit vorne sehen, jedoch nicht mehr allzu lange. Diese Statistiken reflektieren jedoch nicht den Gesamtmarkt der Tagungsindustrie. Sie zählen die Nächtigungen und Umsätze, welche durch nationale Kongresse erwirtschaftet werden, nicht mit. In dieser Hinsicht geht es dem Wiener Kongresstourismus gut und wird es auch weiterhin gut gehen, auch wenn die Reihung in den genannten Statistiken ein wichtiger Imagefaktor ist.

Wien ging aber bereits 2007 in die Offensive und plante die Ansiedlung der neuen Wirtschaftsuniversität Wiens an der Messe Wien und wird dadurch mit jener einzigartigen Kombination international punkten. Die Zusammenarbeit mit Wissenschaftsinstitutionen hatte im Wiener Kongresstourismus schon immer Tradition und wird 2012 umgesetzt werden. Somit wird eine der bedeutendsten Universitäten Österreichs direkt an dem Messezentrum positioniert sein, was in Folge bestimmt zu wichtigen Synergien führen wird. Laut bisheriger Kenntnis wäre Wien damit auch die einzige Hauptstadt Europas mit einer solchen Ansiedlung, was weitere Pluspunkte für diese Stadt bringen wird.

Man merkt angesichts dieser Bemühungen, dass Wien weiterhin eine der wichtigsten Kongressstädte bleiben wird und auch in den Statistiken weiterhin hoch anzusiedeln ist<sup>39</sup>.

## 6.1 Österreichweiter Vergleich

Um auch einen kurzen Überblick über die derzeitigen kongresstouristischen Gegebenheiten in Österreich zu geben, vergleichen wir im folgenden Abschnitt die einzelnen Bundesländer miteinander.

Auch wenn Wien, beispielsweise bei den Gesamtnächtigungen im Tourismus nur auf Platz 4 liegt, punktet Wien umso mehr bei den Nächtigungen der KongressteilnehmerInnen, aber auch bei den Teilnehmerzahlen, etc.

---

<sup>39</sup> <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2007/1122/015.html> [Abruf: 13.02.2011]

Die folgenden Statistiken stammen aus der ersten Ausgabe der österreichweiten Kongressstatistik 2010, mit Daten aus dem Vorjahr.

	Nächtigungen Kongresse	Nächtigungen Gesamt- Österreich	Anteil Kongressnächtigungen an Gesamtnächtigungen Österreich
Wien	1.128.901	9.842.827	11,47 %
Graz	125.153	788.221	15,88%
Salzburg	58.575	2.060.192	2,84%
Innsbruck	49.821	1.175.837	4,24%
Linz	30.527	738.555	4,13%
Bregenz	11.365	295.384	3,85%
Klagenfurt	8.540	354.592	2,41%
St. Pölten	1.766	134.267	1,32%
Eisenstadt	1.265	61.755	2,05%
<b>Total</b>	<b>1.415.913</b>	<b>15.451.630</b>	

Abbildung 16 - Nächtigungen KongressteilnehmerInnen nach Hauptstädten

Bundesland	gesamt	%	Teilnehmer	%
Wien	882	49,97%	303.335	58,72%
Steiermark	211	11,95%	51.531	9,98%
Tirol	188	10,65%	41.503	8,04%
Oberösterreich	133	7,54%	35.451	6,86%
Salzburg	112	6,35%	35.233	6,82%
Niederösterreich	87	4,93%	16.079	3,11%
Kärnten	79	4,48%	18.382	3,56%
Vorarlberg	38	2,15%	11.499	2,23%
Burgenland	35	1,98%	3.510	0,68%
<b>Total</b>	<b>1.765</b>	<b>100%</b>	<b>516.523</b>	<b>100%</b>

Abbildung 17 - Anzahl der Kongresse und Tagungen nach Bundesländern

An Hand dieser Statistiken sieht man, dass Wien unangefochten auf Platz 1 liegt, gefolgt von der Steiermark. Dies liegt daran, dass Graz über einige Einrichtungen wie die Messe Congress Graz, aber auch über eine recht gute Infrastruktur verfügt. Durch dieses Kongresszentrum kann Graz auch für größere Kongresse sorgen, wie beispielsweise 2010, wo Graz den Digitalkongress mit über 3.000 TeilnehmerInnen veranstaltete. Daher weist Graz bzw. die Steiermark im Vergleich zu den anderen Bundesländern auch mehr Nächtigungen auf. Burgenland liegt an undankbarer letzter Stelle, da nicht viel in den Kongresstourismus investiert wird und Kongresse bzw. kleinere Tagungen vorrangig in Hotels veranstaltet werden.

Nur etwa 300.000 Kongressnächtigungen gehen nicht auf das Konto von Wien. Daher kann Wien tatsächlich als Kongressmetropole bezeichnet werden, da die Hauptstadt maßgeblich an dem Erfolg Österreichs im Kongressgeschäft beteiligt ist.

Wien erlangte im Laufe der letzten zehn Jahre immer mehr Know-How über die Abwicklung von Kongressen und setzte dieses Wissen in die Realität um. Auch wenn man Statistiken nicht zur Gänze trauen kann, sieht man an Hand jener, dass auf Grund der eben erwähnten Erfahrung sich Wien immer mehr dem Spitzenfeld im Kongressgeschehen näherte und seit 2008 mit Paris im Kampf um den Ersten Platz steht. Aber selbst wenn Wien in den nächsten Jahren nicht mehr auf Platz 1 stehen wird, wird die Kongressdestination weiterhin zu den Top-Playern im Kongressgeschehen gehören.

Da Wiens Veranstaltungsorte bei der Abwicklung von Kongressen sehr erfahren sind, wollen wir auch nähere Einblicke in die Organisation und die Abläufe die einen Kongress umfassen, geben.

## 7 Organisation und Abläufe

Ohne eine gut strukturierte Abwicklung eines Kongresses bestünde keine Chance ein erfolgreicher Top-Player im Kongressgeschäft zu sein. Daher muss von einer zentralen Stelle aus eine solide Gliederung über den Ablauf des Kongresses konzipiert werden und mit Hilfe diverser Teams zusammengearbeitet und kommuniziert werden. Wie eine solche Gliederung genau aufgebaut ist, wollen wir in diesem Kapitel näher beleuchten. Außerdem wollen wir auch an Hand eines Großkongresses zeigen, wie ein Verkehrskonzept für die Stadt Wien auszusehen hätte um den Verkehr aufrecht zu erhalten, und auf Wiens bekannteste Großkongresse eingehen.

### 7.1 Organisation von Tagungen und Kongressen

Die Kongressorganisation wird in 3 Phasen<sup>40</sup> geteilt:

- ✓ Vorbereitung
- ✓ Durchführung
- ✓ Nachbereitung<sup>41</sup>

Wir beginnen bei den VeranstalterInnen eines Kongresses. Diese sind meist ein Verband, eine Gesellschaft, ein Unternehmen oder eine öffentlich-rechtliche Institution. Die VeranstalterInnen legen Zeitpunkt, Ort und Inhalt eines Kongresses fest. Das Thema einer Veranstaltung bezieht sich in den meisten Fällen auf ein aktuelles Problem. Dazu ist eine qualifizierte Vorstudie notwendig, da der Kongress später auf dem Kongressmarkt angeboten wird. Der Kongressort muss eine Reihe von Kriterien erfüllen, auf die wir schon eingegangen sind und daher nicht noch einmal darauf eingehen. Die Hauptsaison der Kongresse ist in den Monaten April bis Juni und September bis November. Da das Angebot an Kongressen sehr groß ist, muss die Veranstaltung etwas Besseres bieten als andere, somit steigert sich die Qualität der Kongresse durch das Konkurrenzempfinden stetig. Die VeranstalterInnen stellen einen Kosten- und Finanzie-

<sup>40</sup> Vgl für folgendes Kapitel: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 311 – 331.

<sup>41</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 311.

rungsplan zusammen, um sein verfügbares Budget zu bemessen und das Verhältnis der Ausgaben- und der Einnahmeseite auszugleichen.

### **7.1.1 Vorbereitung eines Kongresses**

Die Vorbereitung eines Kongresse wird in zwei Teilbereiche gegliedert, die getrennt voneinander von Teams bearbeitet werden. Der wissenschaftliche Zweckbetrieb bezieht sich auf die Ausgaben, die für den jeweiligen Kongress anfallen, während der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb sich mit den daraus resultierenden Einnahmen befasst.

#### **Wissenschaftlicher Zweckbetrieb**

Der Inhalt des Kongresses wird durch den/die KongresspräsidentIn und seinem/ihrer Komitee geplant. Auf der Einnahmeseite befinden sich die TeilnehmerInnengebühren und finanzielle Zuschüsse von öffentlichen Institutionen. Zu Spenden kommt es meistens nur, wenn der Kongress vom Finanzamt als gemeinnützig anerkannt wurde. Ausgaben des wissenschaftlichen Zweckbetriebs entstehen generell nur durch das Stattfinden des Kongresses, dazu zählen unter anderem die Raumkosten, Technikkosten, Reisekosten und Personalkosten. Die Einzelleistungen inkludieren die Vergabe von Standflächen am Kongress oder die Durchführung von gesellschaftlichen Events, die auf den Namen des Unternehmens oder Sponsors ausgerichtet werden.

#### **Wirtschaftlicher Geschäftsbetrieb**

Der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb bringt eher den Gewinn ein. Die wirtschaftlichen Angebote richten sich an die UnternehmerInnen und an die TeilnehmerInnen. Den Unternehmen werden Sponsorenpakete oder Einzelleistungen angeboten. Das bedeutet, dass die UnternehmerInnen für einen gewissen Betrag ein darauf abgestimmtes Paket erhalten, zum Beispiel, dass sie am Kongressort zeitgleich Werbung für ihr Unternehmen machen dürfen oder eine eigene Veranstaltung beziehungsweise einen Workshop führen. Das Angebot an die TeilnehmerInnen ist groß. Das heißt, dass es von der Eintrittskarte zum Besuch

einer Oper bis hin zum Verkauf von Werbeartikel bzw. den berühmten Zusatzverkäufen wie bedruckten T-Shirts, Schlüsselanhängern und Getränkebechern, die alle mit dem Kongresslogo versehen sind, reicht. Beim Verkauf dieser Artikel kann ein beträchtlicher Umsatz erzielt werden.

Auf der Ausgabenseite, auch „Materialkosten“ genannt, fallen Werbekosten, Organisationskosten, usw. an. Oft wird der wirtschaftliche Geschäftsbetrieb von einem PCO übernommen, beziehungsweise an ein PCO übergeben, somit fallen auch hier bestimmte Kosten an. Ein ausgeglichener Finanz- und Kostenplan setzt daher eine ausreichende kaufmännische und steuerrechtliche Kenntnis voraus. Somit ist es nur von Vorteil, sich einen Profi zu organisieren.

### **Kommunikationsprozess während der Vorbereitungen**

Den wichtigsten Teil bei der Vorbereitung eines Kongresses betreffen die Kommunikation zwischen dem Organisations- und Programmkomitee sowie die zwischen den VeranstalterInnen und TeilnehmerInnen. Die VeranstalterInnen verschicken die Kongressankündigung und später die Kongresseinladung mit den „Call of Papers“, die Angaben über den Themenbereich des Kongresses enthalten. Die interessierten KongressteilnehmerInnen füllen 2 Formulare aus, zu einem das Abstractformular, die Kurzfassung zu ihren Beiträgen, und zum Anderen das Anmeldeformular für ihre Teilnahme.

Mittels elektronischer Medien im Internet können die Vorbereitungen effektiv aufeinander abgestimmt werden, wobei der PCO oder der/die KongresspräsidentIn die Rolle der ModeratorInnen übernimmt. Auf diesem Kongressserver wird eine Benutzergruppe definiert und somit können Protokolle und Tagesordnungen von allen Komiteemitgliedern hinterlegt werden. Der Vorteil dieses Servers ist die Zeitersparnis. Jedes Mitglied kann schnell und einfach Ergänzungsvorschläge hinzufügen. Die ModeratorInnen fassen später das endgültig bestimmte Programm zusammen. Ebenso verfügt das System über einen Besprechungsraum, um die Komiteesitzungen flexibler zu gestalten, denn fehlende Mitglieder können elektronisch zugeschaltet werden.

Für die KongressteilnehmerInnen werden die „Call of Papers“ und das Einladungsprogramm im Internet bereitgestellt. Die Adresse zu den nötigen Formularen wird ebenso im Internet oder auf Plakaten publiziert.

Über das Kongress-Informationssystem „Congress Online“ finden die TeilnehmerInnen auch Links zur Homepage der Stadt, Übernachtungsmöglichkeiten, Ausflugsziele und Restaurants. Somit kann sich jeder/e zum Kongress registrieren und ein ausgewähltes Hotel buchen.

Durch das Kongresssystem können die TeilnehmerInnen ihre Abstracts einreichen oder online eingeben. Sie stehen den TeilnehmerInnen auf der Datenbank immer zur Verfügung und werden erst veröffentlicht, wenn sie vom zuständigen Komitee beurteilt und zugelassen wurden. Die akzeptierten Beiträge werden dann für alle NutzerInnen freigeschaltet. „Congress Online“ bietet die Möglichkeit, sich ein persönliches Kongressprogramm zusammenzustellen. Die TeilnehmerInnen können schon im Vorhinein durch die weitreichende Bereitstellung aller Informationen und Zusammenfassungen der Vorträge, der Abstracts, Fragen an die Vortragenden richten, die während des Vortrages am Kongress beantwortet werden. Somit wird klargestellt, welche Schwerpunkte die Veranstaltung haben soll und die aktive Rolle der TeilnehmerInnen gefördert.

Sämtliche persönliche Informationen können in der „Personal Service Area“ gespeichert werden, um den TeilnehmerInnen einen Überblick über all ihre Zahlungen und Buchungen zu gewähren. Mithilfe dieser „Service Area“ sehen die TeilnehmerInnen auf einen Blick, welches Hotel, welche Zimmerkategorie und welches Programm sie gewählt haben. Die aktuelle Version des Abstracts sowie wichtige Mitteilungen von der VeranstalterInnen, die die TeilnehmerInnen wissen sollten, befinden sich in ihrer „Personal Service Area“.

*„Der Teilnehmer erhält die Möglichkeit, sich an der Planung des Kongressgeschehens zu beteiligen, diese nachhaltig zu beeinflussen und sich wesentlich qualifizierter vorzubereiten“<sup>42</sup>.*

---

<sup>42</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 320.

## 7.1.2 Durchführung eines Kongresses

Die Erstellung eines Ablaufplanes passiert schon 3 Monate vor Beginn des Kongresses. Ein Softwareprogramm kann dabei helfen:

<b>Abb. 1: Ablaufplan Kongress</b>			
Dienstag, 22. März 1999			
<b>Uhrzeit</b>	<b>Ort</b>	<b>Aktion</b>	<b>verantwortliche Durchführung</b>
07.00	ICC Foyer	Mitarbeiter für Kongress-Counter anwesend Einweisung der Mitarbeiter	Herr Römer
07.45	ICC Eingang	Garderoben geöffnet	Fr. Schmidt
08.00	ICC	Eintreffen der ersten Busse mit Teilnehmern	BVB GmbH
08.50	ICC Eingang	Regierender Bürgermeister trifft ein, Begrüßung durch Kongresspräsidenten, Geleit zum Saal 1	Protokoll Prof. Jade Hostess Fr. Jablonski
09.00	ICC Saal 1	Lichtstimmung 2 einschalten Philharmonisches Orchester betritt die Bühne durch Eingang D und nimmt Aufstellung, Platzlichter ausschalten	ICC Technik Herr Koch
09.03		Beginn Musik	ICC Technik Dirigent

**Abbildung 18 - Beispiel für einen Ablaufplan**

Der Ablauf wird von Leit- oder Regiezentralen direkt am Ort des Geschehens überwacht. Die wichtigste Zentrale ist das interaktive Studio, in dessen Mittelpunkt der Kongressserver steht. Auf diesem Server sind alle aktuellen Informationen und Vortragsmaterialien der ReferentenInnen abgespeichert. Am elektronischen Informationskiosk können die TeilnehmerInnen sich durch das Kongressprogramm blättern. Vor dem Auftritt der Referenten wurden bereits alle Präsentationsmaterialien auf den Kongressserver hochgeladen. Das Serviceteam passt diese nach Absprache den technischen Möglichkeiten an. Somit sind die TeilnehmerInnen mit dem Kongressserver verbunden und können auch während der Veranstaltung schriftliche Statements abgeben.

*„Der Wissenstransfer, die Kommunikation läuft über die Köpfe der Menschen. Der Mensch steht im Mittelpunkt der Kommunikation, die Technik bietet die erforderlichen Hilfsmittel“<sup>43</sup>.*

### **Die Erwartungen der KongressteilnehmerInnen:**

- ✓ wichtige und aktuelle Informationen aus seinem Fachgebiet zu erfahren
- ✓ Anerkennung für die geleistete berufliche Arbeit
- ✓ Kontakt mit anderen TeilnehmerInnen (Informationsaustausch)
- ✓ die Suche nach dem besonderen Erleben

Der persönliche Service ist das, was einen Kongress ausmacht, denn dieser erhöht die Produktivität des Kongresses. Gefragt ist nicht nur die Freundlichkeit, sondern Kompetenz und Hilfsbereitschaft, deshalb ist ein gut geschultes Personal nicht wegzudenken. Um mit dem Rahmenprogramm das Kapitel „Durchführung eines Kongresses“ abzuschließen, entschieden wir uns für jenes Zitat:

*„Der Kongressteilnehmer möchte unterhalten werden, hat selbst viel kennen gelernt, kann Vergleiche anstellen und sucht die stilvolle aber auch stimulierende Atmosphäre eines gesellschaftlichen Programms“<sup>44</sup>.*

---

<sup>43</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 327.

<sup>44</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 328.

### 7.1.3 Nachbereitung eines Kongresses

Bei der Nachbereitung eines Kongresses handelt es sich meistens um die Abrechnung der Einnahmen und Ausgaben. Genauso wichtig ist auch die Berichterstattung und Veröffentlichung der Kongressvorträge, Präsentationen und Arbeitsergebnisse der TeilnehmerInnen. Alle Vorträge, Präsentationen und Reaktionen des Publikums wurden aufgezeichnet und nun durch weitere Texte und Materialien ergänzt. Das Kongresskomitee erstellt zusammen mit einem Verlag mit den Unterlagen multimediale Protokolle. Diese werden dann als CD-ROM verausgabt und sind auch noch einige Zeit auf dem Server „Congress Online“ zu finden.

Es ist für die KongressveranstalterInnen wesentlich zu erfahren, welches Urteil beziehungsweise Feedback die TeilnehmerInnen zu seinem/ihrem Kongress abgeben. Dabei gibt es viele Möglichkeiten, das herauszufinden: Etwa durch eine persönliche Befragung durch die Hostessen am letzten Kongresstag, durch ein kurzes Interview oder auch Fragebögen, die nach jeder Veranstaltung ausgeteilt werden oder online zu finden sind. Es ist von Vorteil, eine Belohnung als Dank für das Ausfüllen auszuhändigen, wie zum Beispiel eine Gratis-CD-ROM mit den Proceedings, denn ohne bestimmten Anreiz hält sich die Anzahl der beantworteten Fragebögen nur sehr gering. Die SponsorInnen können am letzten Kongresstag zu einem Essen eingeladen werden, um sich Anregungen und Hinweise von ihrer Seite zu holen. Diese Möglichkeit fördert auch eine weitere Unterstützung, denn nur zufriedene SponsorInnen sind auch beim nächsten Kongress wieder dabei.

Die kaufmännische Nachbereitung beträgt in der Regel noch weitere sechs Monate nach dem Kongress. Mehrausgaben müssen erklärt werden, eventuelle Stornierungen bearbeitet und die entstandenen Gewinne versteuert oder zum Beispiel an gemeinnützige Einrichtungen gespendet werden.

Viele TeilnehmerInnen werden sich bei den VeranstalterInnen über Briefe, E-Mails oder Telefax bedanken.

Für die Organisation von Tagungen und Kongressen gibt es nun fünf Möglichkeiten:

- ✓ Organisation durch ein Tagungs- und Kongresszentrum
- ✓ Organisation durch ein Tagungs- bzw. Kongresshotel
- ✓ Organisation durch die lokale Tourismusstelle
- ✓ Organisation durch ein Incomingbüro
- ✓ Organisation durch einen PCO

#### Organisation durch ein Tagungs- und Kongresszentrum

Tagungs- und Kongresszentren bieten ihre Dienstleistungen als „Inhouse-PCO's“ an. Bei Veranstaltungen, sei es bei eigenen oder fremden, interagieren als Full Service Partner<sup>45</sup>.

#### Organisation durch ein Tagungs- bzw. Kongresshotel

Die Tagungen und Kongresse werden durch das Hotel organisiert. Mit ihren gut geschulten und kompetenten Mitarbeitern können viele Kongresshotels Tagungspauschalen anbieten. Diese Pauschalen bestehen in der Regel aus dem Tagungsraum, der Tagungstechnik, freien Getränken, Kaffeepausen und dem Mittagessen<sup>46</sup>.

#### Organisation durch die lokale Tourismusstelle

Das Produkt „Tourismusort“, das die Tourismusstelle vertritt, verfügt über viele Teilleistungen. Um diese unterschiedlichen Leistungen zu einem Leistungsbündel zu vereinen, bedarf es einer Organisation.

Die Tourismusstelle tritt in der Regel nicht als Reisevertragspartner auf, da sie nicht die rechtlichen Möglichkeiten und nicht das benötigte Know-how hat. Sie fungiert lediglich als Ansprechpartner, welcher Informationen geben und Leistungen vermitteln kann. Die Kombination der Teilleistungen und der Vertrags-

<sup>45</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 505.

<sup>46</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 505.

abschluss erfolgt durch die TagungsveranstalterInnen, welche auch die Haftung übernehmen.

Wenn die Tourismusstelle mindestens jedoch zwei wesentliche Teilleistungen vereint, wie die Unterkunft und die Kongressräumlichkeiten, und diese gemeinsam zu einem Gesamtpaket anbietet, fungiert sie als Reiseveranstalter und haftet auch für die erbrachte Leistung<sup>47</sup>.

### Organisation durch ein Incomingbüro

Reisebüros haben sich in letzter Zeit immer mehr zu Incomingbüros entwickelt. Dadurch, dass sie eine eigene Rechtspersönlichkeit besitzen, können sie aus der Kombination von Teilleistungen ganze Tagungs- und Kongressangebote anbieten und treten gleichzeitig als VeranstalterInnen und VertragspartnerInnen auf.

Als OrganisatorInnen sind sie sehr geeignet, da sie sich sehr gut mit den Angeboten der umliegenden Leistungsträger, wie zum Beispiel Kongresshallen, auskennen<sup>48</sup>.

### Organisation durch einen PCO

Sie dienen als Verbindung zwischen KongressveranstalterInnen, den Tourismusstellen und den Leistungsträgern. Dadurch ist ein PCO der/die LeiterIn, der Tagungen und Kongresse plant, vorbereitet, durchführt und auswertet.

PCO's sind besonders wertvoll bei Organisationen großer Kongresse und Tagungen mit Teilnehmerzahlen über 500 Personen<sup>49</sup>.

## **7.2 Organisation von Großkongressen**

Um einen Überblick zu bekommen, welcher Aufwand notwendig ist, einen Kongress wie den Radiologenkongress zu organisieren, und welche Bemühungen erforderlich sind, gehen wir in diesem Kapitel näher auf die Organisation von

<sup>47</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 507 – 510.

<sup>48</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 510, 511.

<sup>49</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 511.

Großkongressen ein. Da der ECR (Europäischer Radiologenkongress) einer der wichtigsten und größten Kongresse Wiens ist, ziehen wir ihn immer wieder als Vergleich heran.

Schon zu Beginn der 90er befasste man sich mit der Problematik Großkongress. Darum blickte man nach Amerika, wo zu jener Zeit der größte Kongress, der RSNA, mit 52.000 MitgliederInnen, tagte. Die Mitgliederzahl stieg Jahr für Jahr. Grund dafür war, dass der Kongress jährlich dort statt fand und seinen Standort beibehielt, wodurch sich immer mehr InteressentInnen dafür fanden. Außerdem wird nach einer gewissen Zeit, in der ein Kongress veranstaltet wird, der Zustand meistens akzeptiert, und Nebeneffekte wie das Wetter zu einer bestimmte Jahreszeit sind relativ marginal. Deswegen wollte man dieses Konzept für Europa mit dem Europäischen Radiologenkongress kopieren und reiste von einem Kongressland zum anderen, um zu entscheiden, wo er stattfinden sollte, und entschloss sich letztendlich für Wien, da man hier über eine ausreichende Infrastruktur und Kongresseinrichtungen verfügte. Im Großen und Ganzen ist es bei Großkongressen sehr unterschiedlich, ob sie wandern oder in ein und derselben Stadt verweilen. In den frühen 90er Jahren war ein hohes Maß an Abwechslung im kulturellen und freizeitbezogenen Sinn gefragt, was Wien als multikulturelle Stadt auch erfüllte und daher den ECR zugesprochen bekam. Heutzutage ist es aber eher eine Frage der Infrastruktur, warum Großkongresse auch meist in einer Stadt bleiben. Die entsprechende Infrastruktur kann daher aufgebaut werden und in weiterer Folge können auch die Kosten für den Kongress minimiert werden<sup>50</sup>.

Neben der Infrastruktur ist ein wichtiges Kriterium auch das Vorhandensein eines großen Kongresszentrums wie dem Austria Center Vienna. Städte mit kleineren Kongresszentren, die eher für Plenarsitzungen ausgelegt sind, weisen einen wesentlich höheren Kostenaufwand auf als Städte, in denen man ein großes Kongresszentrum hat. Hier können nämlich innerhalb einer Woche bis zu 13 Parallelsitzungen abgehalten werden.

Natürlich stellt man sich als Veranstalter auch immer wieder die Frage, ob der Großkongress auch von Erfolg gekürt ist. Der Erfolg eines Großkongresses ist

---

<sup>50</sup> Vgl: DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen?, Band 9, 1996, S. 29, 30.

aber schwer zu definieren. Aus der Sicht eines Non-Profit-Vereins misst sich der Erfolg an der Qualität des Kongresses. Wird der Kongress jedoch durch ein PCO für eine Fremdgesellschaft organisiert, dann richtet sich der Erfolg aus der Sicht des PCO's generell am Profit. Das Stattfinden von Großkongressen in Europa ist in den 90er Jahren auch immer wieder durch die modernen Kommunikationstechnologien gebremst worden, da man auch per Telefon oder eine Videokonferenz, über das Internet oder E-Mail wissenschaftliche Erweiterungen/Fortschritte austauschen konnte, jedoch nicht in einem solchen Ausmaß wie bei einem Großkongress. Außerdem wird nach wie vor der persönliche Wissensaustausch bevorzugt und ist auch wichtiger anzusetzen als die reine Datenübermittlung.

Heutzutage werden für die Veranstaltung von Großkongressen hauptsächlich Non-Profit-Vereine verwendet, da dies die günstigste Form der Kongressveranstaltung ist. Eine solche Methodik wäre bei wandernden Großkongressen jedoch nicht empfehlenswert, da man sonst in dem jeweiligen Land immer einen Verein extra für dieses eine Mal gründen müsste. In diesem Fall empfiehlt es sich, sich an ein PCO oder einen anderen Veranstalter zu wenden.

Für den Radiologenkongress existiert in Wien ein solcher Non-Profit-Verein, der sich seit 1994 um das Stattfinden und die Organisation kümmert. Da die RadiologenInnen ihren Kongress nun in Wien platziert haben und ihn über Jahre abhalten benötigen sie kein PCO dafür. Denselben Weg hat auch die Fédération Internationale Pharmaceutique eingeschlagen und gründete ihren eigenen Non-Profit-Verein<sup>51</sup>.

Forschungen haben ergeben, dass für einen Großteil der Kongresse die Teilnahme der Industrie und die Unterstützung durch Sponsoren notwendig sind. Es wurde auch berechnet, ob der ECR ohne Industrie stattfinden könnte, und man kam zu folgendem Ergebnis: Es wäre möglich, jedoch gäbe es dann keine kostenlosen Mittagessen oder Werbegeschenke. Nichtsdestotrotz wird die Präsenz der Industrie auch in Zukunft erforderlich sein, da durch einen Großkongress Industrievertreter die Möglichkeit haben, mit Zehntausenden Kunden in Kontakt zu treten.

---

<sup>51</sup> Vgl: DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen?, Band 9, 1996, S. 30, 31.

Die Niederlassung eines Kongresses ist relevant. Der Veranstaltungsort sollte gleichzeitig ein Ballungszentrum der Zielgruppe sein. Damit ist gemeint, dass wenn der Weltverband der Hafenverwaltung der Kunde ist, der Kongress in einer Metropole/Stadt statt finden soll, die einen eigenen Hafen besitzt, aber auch über das notwendige Know-How bezüglich der Organisation von Großkongressen verfügt. Dabei versucht man das Interesse des/der Reisenden zu fördern, wobei sich dieser/diese zugleich den Hafen besichtigen kann. Man versucht daher häufig das Thema des Kongresses an die Metropole/Stadt anzupassen.

Hr. Mutschnechner, Leiter des Vienna Convention Bureaus, hat auch dazu Stellung genommen, was für Wiens Großkongresse in der Zukunft Voraussetzung sein wird:

*„Bei Großkongressen zeichnet sich außerdem immer stärker der Wunsch nach ‘Sichtbarkeit’ ab: Sie wollen in der Destination als Marke wahrnehmbar sein, sei es durch Branding des öffentlichen Raums oder Publikumsveranstaltungen passender Thematik, mit denen Stadtbewohnerin und –bewohner auf soziale, medizinische, kulturelle etc. Anliegen des Kongresses aufmerksam gemacht werden können“<sup>52</sup>.*

Daher werden von VeranstalterInnen eines Großkongresses, neben den bereits sehr guten Serviceleistungen, der guten Organisation und der tollen Infrastruktur, in Zukunft noch weitere Faktoren maßgebend für den Erfolg als Kongressstadt sein. Damit man daher weiterhin an der Spitze bleibt, muss man bald soweit gehen, dass auch die Bevölkerung von möglichst vielen anstehenden Großkongressen informiert wird und in Folge dessen auch daran teilnimmt. Wobei die BewohnerInnen Wiens häufig beispielsweise über „Wien Heute“ von den anstehenden Großkongressen erfahren. Jedoch sollte nun eben auch die heimische Bevölkerung überzeugt werden hinzugehen, um den VeranstalterIn, der nach einer Destination sucht, zu überzeugen, dass ganz Wien eine begeisterte Kongressstadt ist; so begeistert, dass es zu seinem/ihren Kongress sogar einige Einheimische lockt.

---

<sup>52</sup> [http://www1.vienna.convention.at/news/default\\_1.asp?smid=5&lang=1&archiv\\_year=2009](http://www1.vienna.convention.at/news/default_1.asp?smid=5&lang=1&archiv_year=2009)  
[Abruf: 20.4.2011]

Wien ist also aus den oben angeführten Bedingungen als Veranstaltungsort für Großkongresse sehr gut geeignet. Daher finden auch immer mehr dieser Kongresse, vor allem aus dem humanmedizinischen Bereich, in Wien statt. Um diese auch beim Namen zu nennen und deren Funktion zu beleuchten, werden wir im nächsten Abschnitt auf die einzelnen Großkongresse näher eingehen<sup>53</sup>.

### 7.2.1 Nennenswerte Großkongresse

Wien entspricht in vielen Hinsichten einer großartigen Kongressstadt. Wien ist dadurch auch fähig, Großkongresse zu veranstalten, und tut dies auch. Um darauf genauer einzugehen, geben wir in diesem Abschnitt einen Überblick, welche nennenswerten Großkongresse jährlich oder zeitweise in Wien stattfinden; die folgenden Kongresse sind nach der Teilnehmerzahl chronologisch aufgelistet:

### 7.2.2 Internationale AIDS-Konferenz

Bei diesem Kongress handelt es sich um das Zusammentreffen von Wissenschaftlern aber auch Nichtwissenschaftlern zum Thema HIV und Aids. Erstmals stattgefunden hat er in Atlanta, USA. Weitere Konferenzen konnten jedoch nicht in der USA fortgesetzt werden, da Einreiseverbot für Menschen mit jenen Krankheiten herrschte. Daher wurde er in den Folgejahren auf andere Städte verlegt. Der AIDS-Kongress findet seit 1994 alle zwei Jahre statt. 2010 fand der 18. Welt-Aids-Kongress erstmals in Wien in der Messe Wien statt und stand ganz unter dem Motto „Stronger Together“. Man entschied sich unter anderem für Wien, da genügend Nächtigungsmöglichkeiten vorhanden waren und weil es in Österreich Reise- und Bewegungsfreiheit für HIV- und Aidskranke gibt. 30.000 BesucherInnen wurden erwartet. Geschätzt waren es dann jedoch nur um die 22.000, exklusive der rund 2.500 aus aller Welt angereisten JournalistenInnen.



**Abbildung 19 - Red -  
Ribbon**

<sup>53</sup> Vgl: DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen?, Band 9, 1996, S. 28 – 33.

Der Aufwand für diese Veranstaltung war enorm und betrug um die 16 Mio. Euro, wurde jedoch von der Stadt Wien, dem Bund und den SponsorInnen übernommen. Es war gute Publicity für die Kongressstadt Wien<sup>54</sup>.

### 7.2.3 Europäischer Radiologenkongress (ECR)

Der Erste Radiologenkongress fand 1991 in Wien statt. Da schon damals die Organisation ein Erfolg war, blieb er in Wien und wird 2011 wieder um die 20.000 ÄrztInnen in das Austria Center Vienna locken. 2010 hat dieser Kongress der Welt bereits bewiesen, dass man der Krise auch trotzen kann, indem man bewusst auf die Bedürfnisse der TeilnehmerInnen eingegangen ist. Gründe dafür sind folgende:

- ✓ qualitativ hochwertiges Fortbildungsprogramm
- ✓ erstklassiges Service am und rund um den Kongress
- ✓ Schaffung maßgeschneiderter Angebote für den Kongressgast in Zusammenarbeit mit der Wiener Hotellerie
- ✓ attraktiver Standort

Deswegen wird der Europäische Radiologenkongress auch weiterhin seinen Standort in Wien beibehalten.

Der Radiologenkongress befasst sich mit der Anwendung elektromagnetischer Strahlen zu therapeutischen und wissenschaftlichen Zwecken. Bei dem ECR werden neue Erkenntnisse medizinischer Forschung und Technologie vorgestellt und verglichen. Die BesucherInnen haben die Möglichkeit, sich in fast 1.500 Vorträgen ihr Fachwissen zu erweitern und auf der 26.000 m<sup>2</sup> großen Ausstellung die neuesten Geräte und Medizinprodukte kennenzulernen<sup>55</sup>.

<sup>54</sup> Vgl: <http://de.wikipedia.org/wiki/Welt-AIDS-Konferenz> [Abruf: 12.2.2011];  
<http://www.news.at/articles/0820/10/205956/2010-weltgroesster-aids-kongress-wien-bis-30-000-teilnehmer> [Abruf: 12.2.2011]

<sup>55</sup> Vgl: [http://www.myesr.org/html/img/pool/ECR\\_2010\\_Abschlusspresseaussendung.pdf](http://www.myesr.org/html/img/pool/ECR_2010_Abschlusspresseaussendung.pdf);  
<http://de.wikipedia.org/wiki/Radiologe> [Abruf: 13.2.2011]

## 7.2.4 Kardiologenkongress

Dieser Großkongress zählt zu einem der größten weltweit. Daher wird es immer schwieriger für die Kongressmetropolen, die Teilnehmermassen zu verkraften. Er fand schon des Öfteren in Wien statt, wie beispielsweise 2003 und 2007 in der Messe Wien. Der Kongress wurde so rasch wieder nach Wien verlegt, da die ausgezeichnete Performance der Stadt die Europäische Gesellschaft für Kardiologie überzeugt hatte.

2003 wurden bereits 29.000 BesucherInnen gezählt, welche einen Gesamtumsatz von 70 Millionen Euro erbrachten. Für Österreich ergab sich allein durch diesen Kongress damals schon eine gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung (BIP) von 80,6 Millionen Euro.

2007 konnten diese Zahlen jedoch noch einmal getoppt werden. Diesmal bescherte der Kardiologenkongress Wien eine Besucherzahl von 33.000. Durch den fertiggestellten Umbau der Messe Wien konnten nun schon 78.100 m<sup>2</sup> für die KardiologInnen genutzt werden. Dadurch war es möglich, 24 Sitzungen mit 300 – 1.300 TeilnehmernInnen parallel durchzuführen. Die Kongressgäste kamen vorrangig aus Deutschland, gefolgt von Frankreich, Italien und Großbritannien. Interessant erscheint auch der Fakt, dass 13 % der TeilnehmerInnen aus beruflichen oder auch privaten Gründen ihren Aufenthalt verlängerten. Laut einer Umfrage des Wien Tourismus wird von 51% der Gäste Wien als Top-Kongressdestination eingestuft und von 41% sogar als ihre bevorzugte Kongressdestination bezeichnet.

Diese Aufzählung zeigt wieder, dass Kongresse mit humanmedizinischen Themen sehr häufig in Wien beheimatet sind, da Wien über sehr gute Einrichtungen und über das notwendige Platzangebot für solche Massen verfügt und man vom Vienna Convention Bureau bei der Organisation bestens unterstützt wird. Immerhin wurden 2007 48% der von internationalen Kongressen bewirkten Nächtigungen von Gästen konsumiert, die anlässlich einer Veranstaltung aus jenem Fachbereich nach Wien kamen<sup>56</sup>.

---

<sup>56</sup> Vgl: <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2005/0907/004.html> [Abruf: 24.2.2011]  
[http://www1.vienna.convention.at/news/news\\_detail.asp?lang=1&nid=363&smid=1](http://www1.vienna.convention.at/news/news_detail.asp?lang=1&nid=363&smid=1) [Abruf: 24.2.2011]

## **EXKURS: Verkehrskonzept**

Da zu dem Kardiologenkongress, im Jahre 2007 auch ein Verkehrskonzept der Magistratsabteilung 46 vorlag, nehmen wir darauf Bezug, um zu veranschaulichen, wie groß der logistische Aufwand bei einem sol-

chem Großkongress ist.

Das von einem Ingenieurbüro erstellte Konzept sah es so vor, dass 25.000 KongressteilnehmerInnen morgens zur Messe Wien anreisen und abends wieder zu ihrem Hotel abreisen können. Man ging zwar davon aus, dass die Mehrheit der TeilnehmerInnen mit den Öffentlichen Verkehrsmitteln täglich anreisen wird, zur Sicherheit wurden dennoch Wegweiser über mehrere Routen angebracht.

Was die ganze Organisation noch zusätzlich erschwerte, war jedoch, dass an jenem Wochenende auch das Praterfest ganz in der Nähe statt fand. Es wurde daher abgeraten, mit dem PKW anzureisen. Da man von massiven Verkehrsbelastungen ausging, fuhren die Öffentlichen Verkehrsmittel selbstverständlich in kürzeren Intervallen.

Zur besseren Veranschaulichung nun noch ein kurzer Auszug aus dem Bericht der MA 46:

*„Die unmittelbare Zufahrt des motorisierten Individualverkehrs zur Messe Wien erfolgt über ein Parkleitsystem, wozu bei den Entscheidungspunkten am Handelskai, in der Vorgartenstraße bzw. in der Ausstellungsstraße Informationstafeln angebracht sind. Die Reisebusse werden über die Vorgartenstraße, Trabrennstraße zu den Abstellmöglichkeiten in der Südportalstraße (für den Individualverkehr gesperrt!) geführt. Die angemeldeten Busse (ca. 200) können auf dem bestehenden Parkplatz (Zufahrt Vorgartenstraße, Trabrennstraße) auf der ordseite der Südportalstraße und in der Südportalstraße selbst auf- bzw.*



**Abbildung 20 - Verkehrskonzept: Kardiologenkongress**

*abgestellt werden. Für PKWs steht das Parkhaus A (Zufahrt Ausstellungsstraße, Max-Koppe-Gasse) zur Verfügung. Für Taxis ist eine eigene Zufahrt mit Aufstellplätzen in der Perspektivstraße vorgesehen (Achtung Radweg nicht benützbar!)<sup>57</sup>.*

An dieser Darstellung kann man erkennen, welcher logistische Aufwand für einen solchen Mega-Kongress notwendig ist, vor allem wenn zur gleichen Zeit ein weiterer Event – in diesem Fall sogar in unmittelbarer Nähe – stattfindet. Trotzdem war auch der Kardiologenkongress 2007 ein voller Erfolg und wird auch in den nächsten Jahren wieder in Wien stattfinden.

### **7.2.5 Europäischer Geowissenschaftlicher Kongress (EGU)**

Auch wenn Kongresse mit humanmedizinischer Thematik Wien dominieren, gibt es auch einige WissenschaftlerInnen, die jährlich nach Wien gelockt werden. Einer der größten wissenschaftlichen Kongresse ist der EGK. Zwar ist dieser Kongress nicht zu vergleichen mit den eben genannten Mega-Kongressen, jedoch ist er konstant und mit relativ großem Andrang in Wien geblieben. Seit 2005 findet er jährlich im Austria Center Vienna statt und erfasste 2010 erstmals 10.000 TeilnehmerInnen.

Außerdem wurde von der Generalversammlung entschieden, dass Wien auch für die nächsten vier Jahre, von 2011 – 2014, Tagungsort sein wird. Die Gründe dafür, sind folgende:

*„Wir sind wieder bei Wien gelandet, weil wir festgestellt haben, dass uns momentan keine andere Destination Gleichwertiges bieten kann: Die hohe Raumflexibilität des Austria Center Vienna, die Kenntnisse unserer Tagungsbedürfnisse, aber ebenso die über die Jahre gewachsene Kooperation mit der Geologischen Bundesanstalt in Wien und dem Vienna Convention Bureau des Wien-Tourismus waren einfach unschlagbare Argumente“<sup>58</sup>.*

<sup>57</sup> Vgl: <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2007/0823/006.html> [Abruf: 20.2.2011]

<sup>58</sup> <http://b2b.wien.info/de/presse/aussendungen/2010/europ-geo-kongress> [Abruf: 18.2.2011]

Dadurch kann die Kongressdestination wieder weitere 180.000 – 200.000 Nächtigungen verzeichnen.

### **7.3 Eigenfinanzierung – Fremdfinanzierung**

Als Eigenfinanzierung werden die Mittel des Kongressveranstalters betrachtet und die errechnete Kongressteilnahmegebühr. Da dies in der Praxis meistens nicht ausreicht, muss man auf Fremdfinanzierung zurückgreifen. Diese setzen sich aus den direkten und indirekten Leistungen zusammen.

Direkte Leistungen sind Gelder aus Spenden oder Sponsoring, während die indirekten Leistungen sich auf Sach- oder Dienstleistungen beschränken. Alle Arten von indirekten Leistungen stellen eine Kostenminimierung dar und müssen im Budget angeführt werden.

Faktoren wie nicht genaue Teilnehmerzahlen oder variierende Kosten der ReferentInnen machen es schwer für die KongressveranstalterInnen genau zu kalkulieren.

Das Sponsoring ist heutzutage eine immer wichtiger werdende Geschäftsform für Unternehmen. Die Unternehmen geben Geld und erwarten sich höhere Bekanntheit und eine Verbesserung des Images. Für die SponsorInnen ist es ein wichtiges Instrument der Marketingarbeit. Es ist eine sehr gute Werbung für das Unternehmen. Viele Großkongresse wären ohne das Sponsoring gar nicht mehr realisierbar da die Einnahmen aus den Teilnahmegebühren schon lang nicht mehr ausreichen um die laufenden Ausgaben zu decken. Ohne SponsorInnen wäre es gar nicht mehr möglich hochkarätige ReferentInnen an Board zu holen oder ein angenehmes Rahmenprogramm für den Kongress zu schaffen<sup>59</sup>.

---

<sup>59</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 334, 335.

## Handbuch zur Kongressbeteiligung

Das Handbuch zur Kongressbeteiligung soll eine Einladung für Unternehmen sein sich an Kongressen zu beteiligen. Das Aussehen und der Aufbau dieses Buches sollten so gewählt sein das es einen kurzen umfassenden Bericht über den Kongress gibt und die Unternehmen richtig verleitet auf diesem Kongress als GeldgeberInnen vertreten sein zu müssen.

Dabei gilt es folgende Punkte zu beachten:

- ✓ Man sollte die Verantwortlichen persönlich anschreiben
- ✓ Rechtzeitig Kontaktaufnahme mit den jeweiligen SponsorInnen

Auf der anderen Seite gibt es für die SponsorInnen auch verschiedene Entscheidungsfaktoren, wie sie sich Entscheiden welche Kongresse sie sponsern möchten:

- ✓ *„Festlegung von Sponsoring – Zielen und –Zielgruppen auf der Grundlage der Corporate Identity sowie des- Marketing – Konzepts,*
- ✓ *Erstellen von Sponsoring-Richtlinien,*
- ✓ *Erarbeitung einer Sponsoring-Strategie und entsprechender Maßnahmen,*
- ✓ *Beurteilung eingehender Sponsoring – Angebote nach folgenden Kriterien:*
  - ✓ *Im Hinblick auf die Kompatibilität mit den Sponsoring Richtlinien,*
  - ✓ *Im Hinblick auf mögliches Potential, das in der Sponsoring-Idee für den Sponsor steckt,*
  - ✓ *Oder nach dem Preis – Leistungsverhältnis“.*<sup>60</sup>

An Hand jener Abläufe konnte man einen Einblick bekommen wie komplex das Kongressgeschäft an sich ist. Man benötigt daher auch gut geschultes Perso-

<sup>60</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 360.

nal, das über das notwendige Know-How bei der Abwicklung eines Kongresses verfügt und die KongressveranstalterInnen bestens kennt. Wiederkehrende KundInnen erleichtern nämlich die Abläufe und verringern ebenso die Vorbereitungsphase, da die Wünsche bei der Organisation des Kongresses bereits bekannt sind. Ebenfalls nicht wegzudenken sind die SponsorInnen, ohne welchen die Organisation häufig zu kostenintensiv und nicht möglich wäre. Des Weiteren konnte man auch nähere Einblicke in die Organisation von Großkongressen bis zu 30.000 TeilnehmerInnen erhalten, und wie es möglich ist einen solchen abzuhalten ohne, dass die Bevölkerung Wiens großartig viel davon mitbekommt.

Um auch die Koordination bei (Groß-)kongressen zu veranschaulichen, wollen wir im nächsten Kapitel näher darauf eingehen, wie die Hotellerie der anstrengenden Kongresssaison stand hält und auf den Kongressgast an sich näher definieren.

## 8 Die Kongresshotellerie

Da Kongresse ohne eine Art von Beherbergung nicht stattfinden könnten, beschreiben wir abschließend die Kongress-/Tagungshotellerie mit all ihren Facetten, beginnend bei den Anforderungen an ein Tagungshotel bis zu den Merkmalen eines durchschnittlichen Kongressgastes. Da die Abgrenzung zwischen einem Kongress und einer Tagung sehr gering ist, werden beide Begriffe im Zusammenhang mit der Hotellerie in dem folgenden Kapitel zu finden sein.

Um auch auf die Bedeutung der Kongresshotellerie in Wien aufmerksam zu machen, beleuchten wir in weiterer Folge auch die Rolle der Hotellerie im Allgemeinen und gehen auch auf die Definition eines solchen Kongresshotels ein.

### 8.1 Definition Kongresshotel

Ein Kongresshotel ist die Vereinigung von Beherbergung, gastronomischer Dienstleistungen und dem Kongressveranstaltungsort selbst. Daraus folgt, dass alles, was ein Kongressgast benötigt, sich unter einem Dach befindet.

Kontingente werden häufig dort angenommen, wo der Kongressgast den Tagungsort leicht mit dem öffentlichen Verkehr erreichen kann. Daher ist jedes Hotel, das nahe einer U-Bahn liegt, automatisch im Vorteil.

Dadurch, dass Wien über eine gut durchdachte, jedoch immer noch verbesserungswürdige Infrastruktur verfügt, kämen mehrere Hotels in Frage, die auf Grund ihres Standortes im Kongresstourismus brillieren könnten und es auch tun<sup>61</sup>.

---

<sup>61</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 83 – 84.

## 8.2 Die Rolle der Hotellerie

Eine besondere Nachfrage nach Tagungs- und Kongressleistungen zeigt sich in hohem Maß in der Hotellerie. Das Hotel bekam seit 1986 als Veranstaltungstätte eine sehr große Bedeutung, da es alle Dienstleistungen unter einem Dach und auch die Komplexität des Angebots bietet. Dazu gehören:

- ✓ die Beherbergungsleistungen
- ✓ vielfältige Bewirtungsleistungen
- ✓ Tagungsräume in verschiedenen Größen
- ✓ Service
- ✓ Rahmen und Beiprogramme
- ✓ Dienstleistungen im Freizeit- und Fitnessbereich

Aus diesem Grund wird ein Hotel von Tagungs- und Kongressveranstaltern sehr bevorzugt.

Sowohl Stadthotels als auch Ferien- und Kurhotels sind im Tagungs- und Kongressgeschäft etabliert. Vor allem in den Ferien- und Kurhotels wird eine Ausweitung des Geschäftsfeldes erreicht. Kongress – und Tagungsbesucher stellen die zweitwichtigste Gästegruppe dar. Durch das Kongressangebot wird eine Vorsaison belebt und eine gewisse Saisonverlängerung erzielt, da die Monate September, Oktober, November Veranstaltungsschwerpunkte darstellen.

Auch die Kettenhotellerie und Individualhotellerie partizipieren am Kongressgeschehen, wobei der Anteil des Kongressgeschäfts in der Kettenhotellerie höher ist als der in privat geführten Betrieben. Zurückzuführen wäre das auf den Bekanntheitsgrad und dem damit verbundenen Image. Tagungs- und KongressveranstalterInnen haben auch eine geringe Risikobereitschaft. Sie orientieren sich an einem bekannten Namen und dem damit verbundenen Standard. Die Individualhotellerie hat dadurch aber nicht gleich schlechtere Chancen im Kongresstourismus, da der Trend zu kleineren Veranstaltungen steigt. Wenn der Betrieb über einen guten Standort mit günstiger Verkehrsverbindung und einem

attraktiven Angebot verfügt, kann auch ein Individualbetrieb gerne in Anspruch genommen werden, um kleinere Tagungen zu halten. Denn obwohl sich die Nachfrage nach Kongressen in großen Hotels der gehobenen Kategorie konzentrierte, führten Sparmaßnahmen dazu, dass KongressveranstalterInnen auch kleinere und Mittelklassehotels in Anspruch nehmen und selbst Standard-hotels an Bedeutung im Kongressmarkt gewinnen<sup>62</sup>.

### 8.2.1 Anforderungen an Tagungshotels

Ein Kongress- und Tagungshotel muss sich den Bedürfnissen seiner BesucherInnen anpassen. VeranstalterInnen und TeilnehmerInnen orientieren sich an wichtigen Kriterien, die nicht wegzudenken sind, etwa Standort, Eignung der Räumlichkeiten, professioneller Service im Bereich der Tagungen und nicht zuletzt dem Preis.

Die Anforderungen an den Standort variieren. Denn es kommt darauf an, ob die Veranstaltung ein- oder mehrtägig ist. Eine Tagung mit vorwiegend informativem Charakter und kurzer Dauer fordert eine eher verkehrsgünstige Lage mit relativ kurzen Entfernungen.

Wir haben recherchiert, welche Anforderungen an ein Kongresshotel gestellt werden, damit es als konkurrenzfähig einzustufen ist. Das Hotel muss sich an den Bedürfnissen der KongressveranstalterInnen und KongressteilnehmerInnen orientieren. Wir teilen die Anforderungen somit in sechs große Bereiche<sup>63</sup>:

- ✓ Standort
- ✓ Komplexität des Angebots
- ✓ Räumlichkeiten
- ✓ Logisbereich
- ✓ MitarbeiterInnen
- ✓ Packages bzw. Preispolitik

<sup>62</sup> Vgl: DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen?, Band 9, 1996, S. 63 – 75.

<sup>63</sup> Vgl folgendes Kapitel: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 134 – 147.

DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen?, Band 9, 1996, S. 39 – 44.

## ✓ Bedürfnisse des Gastes

Der Standort spielt in dem Sinn eine große Rolle, da die Anreise dem Kongressgast immer so bequem und einfach wie möglich gemacht werden soll. Bevorzugt werden natürlich Standorte in Autobahnnähe, da viele TeilnehmerInnen sowie VeranstalterInnen mit dem PKW anreisen. Ebenfalls wichtig sind gute oder gegebenenfalls kurze Bahnverbindungen, um dem Kongressgast den Weg so gut wie möglich zu vereinfachen. Die Anforderungen an den Standort sind immer von der Art, Größe und Dauer der Veranstaltung abhängig. Präferiert wird zwar die schnell zu erreichende Stadtlage, jedoch werden bei mehrtägigen Veranstaltungen auch längere Anfahrten in Kauf genommen.

Bei der Komplexität des Angebots wollen wir darauf hinweisen, dass es sich um das „alles unter einem Dach“- Profil handelt. Das heißt, das Hotel soll möglichst alle Kongressleistungen erbringen. Damit sprechen wir von Räumlichkeiten, Technik, Service und den Rahmenprogrammen sowie der Freizeitgestaltung. Das Ausmaß dieser gewünschten Komplexität ist wiederum stark vom Charakter der Veranstaltung und dem Standort des Hotels abhängig. Ein Kongresshotel, das sich in einer ländlichen Lage befindet, muss natürlich mehr an Freizeitprogrammen bzw. Rahmenprogrammen anbieten als ein Hotel in Stadtlage, da sich der Kongressgast in der Innenstadt freier und selbstständiger bewegen kann.

Des Weiteren werden die Ansprüche an die Tagungsindustrie werden immer differenzierter und spezialisierter und erfordern daher auch Tagungsprofis, die jene Anforderungen in räumlich-technischer Hinsicht erbringen können. Sprich, man braucht heutzutage häufig größere Tagungsräume, mit dem erforderlichen und vorausgesetzten, wenn möglich etwas zukunftsorientierterem, technischem Angebot, um mit der Konkurrenz mithalten zu können. Dabei wird auf die Kombination der Räume und die Gestaltung ein großer Wert gelegt.

Hotels wie das Intercontinental oder das Hilton sind daher sehr gefragt, da sie auf diesem Gebiet genügend Erfahrung und auch das notwendige Platzangebot haben. Sie verfügen immerhin über Tagungsräume mit über 1.000 Plätzen und bieten daher innerhalb Wiens die größten Tagungsmöglichkeiten in Hotels an. Auf der anderen Seite sind auch Hotels wie das Hotel Stefanie in der Tabor-

straße gefragte und lukrative Tagungsorte, da hier das Professionelle gemeinsam mit dem speziellen Ambiente überwiegt, auch wenn die Räume nicht übermäßig groß sind.

Die meisten Probleme ergeben sich durch strapazierende Farbkontraste, unbequeme Sitzmöglichkeiten, störende Geräusche (z.B. die der Klimaanlage) oder das falsche bzw. defekte Licht. Es gibt einen sogenannten Tagungsstättenführer, in dem ausschließlich nur für Kongresshotels geworben wird, die anhand ihrer „objektiv messbaren Hardware“ (z.B. Raum und Technik) und „subjektiven Kriterien“ bewertet werden. Dieser Kongresshotelführer soll eine Entscheidungshilfe für KongressveranstalterInnen sein und als Nachschlagewerk dienen. Unter dem Bereich Räumlichkeiten fallen auch die Pausenzonen. Es ist von Vorteil, wenn die Pausenbereiche eine direkte Anbindung an die Tagungsräume sowie Außenzonen aufweisen. Steh- und Sitzmöglichkeiten als auch ein Servicetresen machen es möglich, Erholung und Kommunikation unter den Kongressteilnehmern zu fördern.

Der Unterschied zwischen einem Ferienhotel und einem Kongresshotel definiert sich durch die Zimmerausstattung. Eine Tagungsstätte muss sich in der Ausstattung der Unterkunft immer an den Typus der Veranstaltung halten. Durch einen großzügig ausgerichteten Arbeitsbereich und moderne Kommunikation, wie zum Beispiel Telefon- und Computeranschlüsse, zeichnet sich eine typische Zimmerausstattung eines Kongresshotels aus.

Wenn man von Kongresstourismus spricht, wird auch häufig von der schlechten Schulung der MitarbeiterInnen gesprochen. In diesem Abschnitt wollen wir untersuchen, woran das liegen mag und was man an dem System verbessern könnte.

Die Anforderungen der KongressveranstalterInnen werden immer höher. Es muss immer mehr für den Kongressgast verfügbar sein, zu einem möglichst geringen Preis, nichtsdestotrotz muss die Leistung aber qualitativ hochwertig sein.

Tagungs- und KongressveranstalterInnen suchen nach einem komplexen Angebot, das heißt nach einer „bequemen“ Lösung, die uns auf die Preispolitik zu sprechen kommen lässt.

Man unterscheidet in der Kongresshotellerie zwischen einer Tagungs- und einer Komplettpauschale.

*„Eine Tagungspauschale (Meeting Package) ist ein Angebotspaket, welches verschiedene tagungsspezifische Dienstleistungen des Hotels beinhaltet und zu einem Pauschalpreis angeboten wird. Die Tagungspauschale erlaubt den Tagungs- und Kongressveranstalter auf den ersten Blick einen Vergleich mit seinem verfügbaren Budget und den Angeboten verschiedener Hotels“<sup>64</sup>.*

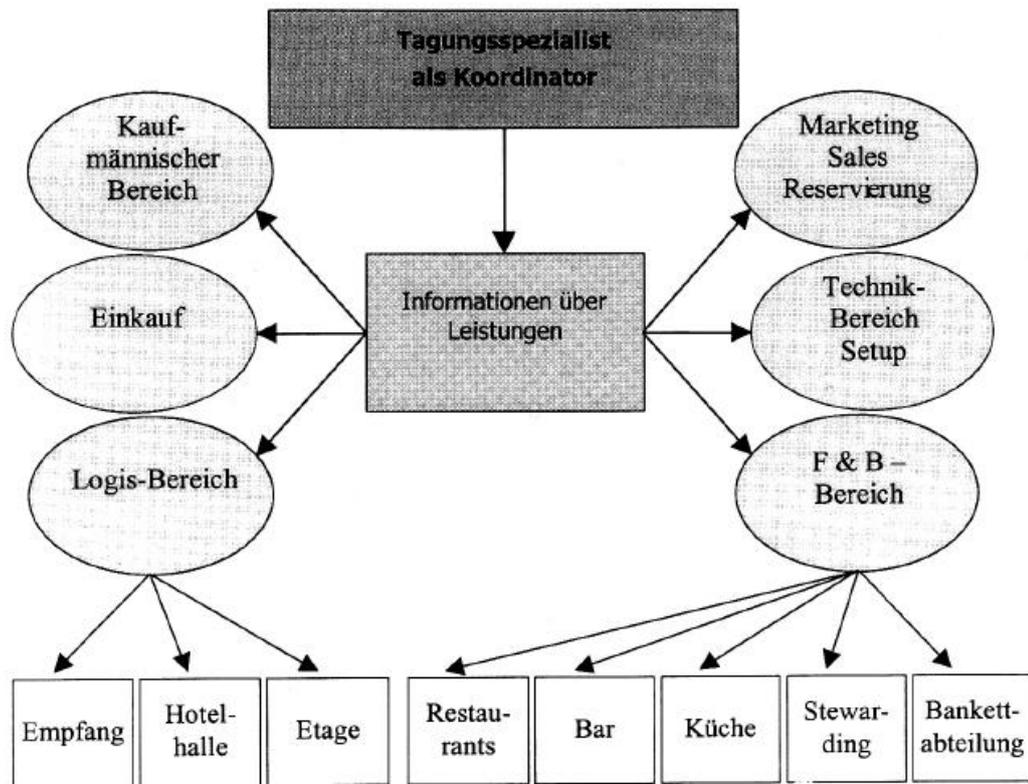
Die Komplettpauschale schließt einen großen Umfang an Leistungen ein, darunter befindet sich zum Beispiel die Miete, der Tagungsraum, die Technik, die Versorgung während der Tagungspausen, die Beherbergung usw.

Üblich ist es, dass die Bewirtungsleistungen, zwei Kaffeepausen und ein Lunch, im Preis inkludiert sind. Die Übernachtung im Hotel ist meistens bei mehrtägigen Veranstaltungen miteinbezogen.

Die verschiedenen Kongresspauschalen variieren jedoch von Hotel zu Hotel und sind immer vom Angebot- und Nachfrageverhältnis und auch der Saison abhängig.

---

<sup>64</sup> SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 142.



**Abbildung 21 - Aufgabenteilung im Hotel während eines Kongresses**

Diese Abbildung dient dazu, um einen kurzen Überblick über die Beteiligung der verschiedenen Abteilungen eines Tagungs- bzw. Kongresshotels zu geben. Im Mittelpunkt stehen die „Informationen über Leistungen“, die uns auf die fachlichen und personellen Kompetenzen zu sprechen kommen lassen.

Die Organisationsstruktur der verschiedenen Bereiche eines Hotels ist für den Gast oft nicht durchschaubar, was wiederum dazu führt, dass er nicht weiß, an wen er sich bei der „Problemlösung“ wenden soll. Daher ist das Zusammenspiel sehr wichtig und kann den Erfolg des Ablaufes und der Organisation wesentlich beeinflussen. Darauf ist zurückzuführen dass die Kommunikation im Betrieb im Vordergrund steht und die MitarbeiterInnen ihre Aufgaben kennen sollten.

Im Endeffekt zählt daher neben den flexiblen Räumlichkeiten, der technischen Ausstattung und den geschulten Mitarbeitern die professionelle Handhabung des Veranstalters, um ein erfolgreiches Tagungshotel zu sein.

Generell kann man sich durch Programmgestaltung, Rahmenprogramme, eine auf den Gast angepasste Betreuung und auch durch die Schaffung einer gewissen Unverwechselbarkeit der Tagung von der Konkurrenz abheben.

VeranstalterInnen möchten ihre TeilnehmerInnen auch aus dem Alltag (Eska-

pismus) befördern. Würde die Tagung in einem Raum ohne Charakter statt finden, wäre es eine sehr sachliche Tagung und sehr auf das Thema bezogen. Findet die Tagung jedoch in einem Hotel statt, so wird auch noch der Rahmen dieses Hauses angeboten, d.h. das Restaurant, die Möglichkeit der Gesellschaftsräume und diverse Rahmenprogramme sind nutzbar. Außerdem verhält sich der Tagungsgast im Gegensatz zum Individualgast wesentlich anders. Man sollte daher Sachen, die für den Tagungsgast wichtig sind, wie ein auswiegendes Frühstücksbuffet oder ein leichtes Mittagessen, durchaus beachten. Des Weiteren werden auch häufig die Freizeiteinrichtungen als Ausgleich für die täglich lange Sitzung gesucht. Daher sollte man jene Bedürfnisse auf den Gast anpassen. Der Gast ist dadurch entspannter, kann sich besser auf das Thema konzentrieren und genießt das angebotene Rahmenprogramm. Für ein Tagungshotel ist es daher auch eine Grundvoraussetzung, dem Gast gewisse Leistungen anzubieten, um ihn positiv zu stimmen und ihm eine angenehme Zeit im Hotel zu verschaffen.

In Folge dessen wird die VeranstalterInnen auch revanchieren und eine kommende Tagung wieder in dem Tagungshotel abhalten.

Es gibt daher mehrere Faktoren, die ein Kongress- bzw. Tagungshotel zu erfüllen hat.

### **8.3 Koordination & Kapazität**

Da es auch eine komplexe Aufgabe darstellt, die Kongressgäste auf die Hotels aufzuteilen, benötigt es eine gut organisierte Koordination, auf die wir nun weiter eingehen werden.

Wien weist an Hand seiner vielen und qualitativ gut gestellten Hotels eine hohe Gesamtkapazität auf. Derzeit liegt diese bei knapp über 25.000 Hotelzimmern innerhalb der Stadtgrenze. Dazu kommen noch weitere 3.000 – 4.000, wenn man den Großraum Wien dazu rechnet. In Summe wären dies dann an die 29.000 Hotelzimmer, die Wien zur Verfügung hat.

Der diesjährige AIDS-Kongress, der mit 22.000 TeilnehmernInnen tagte, lag daher noch im Bereich des Möglichen. Es gibt jedoch einen Kongress, der die

Kapazität Wiens sprengt – der Kardiologenkongress. Er umfasste 33.000 TeilnehmerInnen. Dabei musste der Großraum genutzt werden, aber auch beispielsweise Wiens Reserve namens Bratislava, denn nur so war es überhaupt möglich, diesen Kongress zu veranstalten. Rund 800 Kongressgäste wurden daher nach Bratislava verfrachtet und mussten jeden Tag aufs Neue via Bus-transfer zum Kongress kommen.

In dieser Hinsicht wäre es unter anderem auch das Ziel, aus Sicht des Vienna Convention Bureaus, zu wachsen, um auch für solche Kongresse gerüstet zu sein<sup>65</sup>.

## 8.4 Der Kongressgast

Um die typischen Charakteristika des Kongressgastes zu veranschaulichen, wird in dem folgenden Abschnitt auf diesen näher eingegangen und seine „Verhaltensweise“ untersucht.

Den wichtigsten Nutzen für die Hotellerie bilden die Zusatzumsätze. Die Ausgaben eines Kongressgastes im Hotel bilden verschiedenen Komponenten wie:

- ✓ Unterkunft
- ✓ Gastronomie
- ✓ Raummiete/ Technik
- ✓ Sonstige Ausgaben wie Transporte, Ausgehen, etc.

Rund 85% der KongressbesucherInnen übernachten in Hotels. Eher selten werden dabei Pensionen, Kur- und Erholungsorte oder Gasthöfe gewählt. Dabei wählen mehr als 2/5 ein 4-Stern Hotel und mehr als 25% entscheiden sich für die 5-Stern Hotellerie. Nichtsdestotrotz geht der Trend in Richtung 3 – 4 Sternhotellerie.

---

<sup>65</sup> Christian Mutschlechner, Interview

*„Im medizinischen Bereich ist es beispielsweise so, dass bis vor kurzem Pharma-Firmen Teilnehmer gesponsert haben. Diese haben jetzt jedoch ein Limit von € 180,- pro Übernachtung gesetzt. In etwa seit 2006 hat sich dadurch ein klarer Trend entwickelt“<sup>66</sup>.*

Bei Pharma-Firmen ist die 5-Sternhotellerie mittlerweile ein No-Go. Den meisten TeilnehmerInnen erscheint es auch relativ marginal, ob sie in einem 3-Stern Hotel übernachten oder sich in einem 5-Sternhotel niederlassen, solange sie wissen, was sie dort erwartet und ihnen die Marke auch vertraut ist. Nach wie vor ist es erwünscht, dass sich auch in Wien mehr renommierte 5-Sternhotels ansiedeln, jedoch ist dies für den Kongresstourismus weniger relevant.

Das Wichtigste für die Hotellerie ist, dass die Ausgaben der KongressteilnehmerInnen für die Gastronomie im Hotel bleiben, wenn der Kongress im Hotel selbst stattfindet. Dies wird auch als die so genannte Hallengastronomie bezeichnet. Eine weitere Nutzungskomponente wäre zum Beispiel auch die Breitenwirkung, wie die Medienberichterstattung, um den Bekanntheitsgrad des Hotels zu fördern.

Groß im Vordergrund steht vor allem, dass einer vom anderen profitiert und keiner ohne den anderen wirtschaftlich weiterkommt. Das heißt, dass eine große Kongresshalle sich ohne entsprechende Hotellerie in unmittelbarer Nähe nicht verkaufen lässt.

Auch das Einkaufen in den Zielorten ist für den Kongressgast wie auch für jeden anderen Gast eine der wichtigsten Aktivitäten. Denn in Zukunft wird Einkaufen mit Essengehen in Verbindung gesetzt werden. Der Gasttypus Kongressgast bleibt im Durchschnitt nur 1,8 Tage und beansprucht ein Zimmer für sich alleine. Daraus resultiert, dass die doppelt so hohen Personenausgaben wieder dadurch, dass die Ausgaben pro Zimmer gleich sind, kompensiert werden. Die Schwierigkeit eines Hotels ist die immer wieder gestellte Frage: „Wie hebe ich mich als Hotel von meinen MitbewerberInnen ab?“.

Das kann leicht durch eine andere Programmgestaltung, Rahmenprogramme, die etwas intensivere Betreuung und auch durch eine gewisse Unverwechselbarkeit der Veranstaltung erzielt werden. Denn die VeranstalterInnen eines Kongresses möchten den Alltag durchbrechen und ihre TeilnehmerInnen in eine

---

<sup>66</sup> Christian Mutschlechner, Interview

neue Umgebung einbinden und ihnen die Möglichkeit geben, sich dem Thema vollkommen hinzugeben.

Die Veranstaltung in einer Kongresshalle wird eher sachlich gehalten, da im Gegensatz zu einem Hotel keine Rahmenbedingungen bestehen. Damit ist gemeint, dass die Angebote, die ein Hotel anbietet – wie zum Beispiel ein Restaurant, die Möglichkeit der Gesellschaftsräume, eventuelle Freizeiteinrichtungen wie ein Hallenbad oder eine Sauna – nicht vorhanden sind.

Die meisten Kongressgäste bevorzugen bekannte Hotelketten mit speziell ausgestatteten Zimmern. Zugleich erwarten sie jedoch verschiedene Freizeiteinrichtungen, um entspannen und abschalten zu können.

Das kulturelle und historische Interesse ist bei KongressbesucherInnen auch nicht zu unterschätzen, denn an freien Tagen oder Stunden ist auch das Sightseeing sehr gefragt.

7 von 10 Kongressgästen nutzen auch das touristische Angebot, das ihnen in der jeweiligen Metropole zur Verfügung gestellt wird. Davon besuchen 6 von 10 Museen.

44% aller Befragten besichtigen Sehenswürdigkeiten, 39% machen einen Einkaufsbummel, 23% besuchen Konzerte und Musicals und 18% besuchen die Oper. Die üblichen Ausgaben eines Kongressgastes fächern sich auf in:

An- und Abreisekosten, Teilnehmergebühr für den Kongress, Hotelunterbringung und in Folge dessen auch noch die persönlichen Ausgaben der TeilnehmerInnen, wie Shopping, Restauration, Telekommunikation etc. Diese durchschnittlichen Ausgaben liegen ungefähr bei € 450,- pro Tag, wobei die der FreizeittouristInnen bei ca. € 240,- liegen.

*„Man kann es auch gesamtwirtschaftlich sehen und sagen, dass der Kongressgast gesamtwirtschaftlich mehr wert ist als der normale Städtetourist“<sup>67</sup>.*

Die Teilnehmergebühr schwankt sehr stark und ergibt sich aus dem Kongressbudget. Dieses Budget umfasst all die Kosten, die die KongressveranstalterInnen in den Kongress investiert, beziehungsweise dafür aufgebraucht hat und reicht vom Blumenschmuck bis hin zu IT, etc. Was immer die KongressveranstalterInnen in den Kongress investiert, beziehungsweise dafür aufgebraucht hat und reicht vom Blumenschmuck bis hin zu IT, etc. Was immer die KongressveranstalterInnen in den Kongress investiert, beziehungsweise dafür aufgebraucht hat und reicht vom Blumenschmuck bis hin zu IT, etc.

<sup>67</sup> Christian Mutschlechner, Interview

stalterInnen offerieren, müssen sie an Hand dieser Teilnehmergebühr, aber auch unter anderem durch Sponsorengelder abdecken. Treiben sie daher die Gelder über Sponsoren ein, kann es auch der Fall sein, dass für die TeilnehmerInnen keine Gebühr anfällt.

Der typische Tagungsteilnehmer ist männlich und unter 50 Jahre. Er/Sie hat einen höheren Bildungsabschluss. Rund 85% reisen unbegleitet oder mit KollegenInnen. Die Kongress- oder TagungsbesucherInnen verbinden ihren Aufenthalt aufgrund der Veranstaltung oft auch mit einigen Tagen Urlaub. Der Schwerpunkt des Veranstaltungsgeschäfts liegt trotzdem auf dem Weiterbildungsbereich. Die Anreiseverkehrsmittel sind dabei der Pkw, die Bahn und das Flugzeug.

Eine bestimmte Kongresssaison existiert nicht. Es hat sich jedoch so entwickelt, dass September der bevorzugte Kongressmonat ist, was auch häufig ein Problem für die jeweilige Kongressstadt darstellt. In Wien war es beispielsweise 2009 so, dass die Stadt einige Kongresse absagen musste, da kein Platz für weitere TeilnehmerInnen verfügbar war. Alle Zentren und Hotels waren zu dieser Zeit ausgebucht.

*„Der wesentliche Grund dafür ist, dass fast in ganz Europa zu dieser Zeit noch Ferien sind, und daher die Universitäten geschlossen sind. Dadurch, dass eine Vielzahl der Kongresse aus Universitäten herausgeht, herrscht hier ein großer Andrang“<sup>68</sup>.*

Die Monate Juli und August sind beim Kongressgast relativ unbeliebt, da dies die klassische Urlaubszeit ist. Extreme No-Go Monate, wo jede Destination in Europa Schwierigkeiten hat, sind der Jänner und der Februar, da zu dieser Zeit kaum Kongresse veranstaltet werden.

Es ist auch wichtig zu begreifen, dass der Kongressgast nicht nach Wien kommt, um Wien zu sehen oder weil er ein bestimmtes Fabel für die Stadt besitzt. Er richtet sich rein nach der Fortbildung und dem inhaltlichen Kongressangebot, welches man auch nicht beeinflussen kann, da man froh über jeden

<sup>68</sup> Christian Mutschlechner, Interview

Kongress ist. Die Angebots- und Nachfragesituation ist daher ausschlaggebend dafür, wie viele Kongresse jährlich in Wien veranstaltet werden und wie viele Kongressgäste empfangen werden können.

Ein Ansatz wäre jedoch, den Kongressgast zu verwöhnen und ihm einen angenehmen Aufenthalt zu bereiten, um Wien in dieser Hinsicht zu vermarkten<sup>69</sup>.

Ersichtlich an jenem Abschnitt, ist es keine einfache Aufgabe die Kriterien eines Kongresshotels zu erfüllen. Es benötigt einer Vielzahl an Faktoren, wie dem richtigen Standort, ausreichend Räumlichkeiten, der technischen Voraussetzung und geschultes Personal, welches die Abwicklung des Kongresses/der Tagung vereinfacht. Dies zeigt sich an Hand von Hotels mit guter Verkehrsanbindung/Lage wie dem Intercontinental oder dem Hotel Stefanie, und auch auf Grund ihrer größeren Räumlichkeiten, wodurch sie wesentlich besser ausgelastet sind als Kongresshotels mit Räumlichkeiten bis zu 50 TeilnehmerInnen.

Man konnte auch einen Einblick in das Konsumverhalten des Kongressgastes im Gegenteil zum Individualgast erhalten und sehen, dass Wien nicht ausreichend Kapazität hätte für Großkongresse über 25.000 TeilnehmerInnen und auf Reserven wie Bratislava zurückgreifen müsste.

Über all jenes Know-How verfügen die Hotels Wiens, auf Grund eigener Erfahrungen, aber auch auf Grund des Vienna Convention Bureau, welches sich als bester Ratgeber in Sachen Informationen zum Kongressgeschehen herausgestellt hat.

---

<sup>69</sup> Vgl: SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 27 – 34.

## 9 Schlussbetrachtung

An Hand dieser Arbeit begründeten wir die Signifikanz des Kongresstourismus in Wien. Wie auch andere Bereiche der Wirtschaft floriert der Kongresstourismus international sehr gut. ExpertInnen teilen sich sogar die Meinung, dass selbst eine Wirtschaftskrise die Kongressbranche nicht allzu viel schädigen könnte. Beweis lieferte die hinter uns liegende Wirtschaftskrise, in der kein Nächtigungsdefizit verzeichnet wurde, sondern die Kongressnchtigungen weiter anstiegen. Gerade einmal im Jahr 2008, als der Kardiologenkongress und die Fußballeuropameisterschaft zugleich ausgetragen wurden, wurde ein Defizit im Kongressnchtigungssektor erreicht, da Wien zu wenig Kapazität zur Verfügung hatte. Doch Dank der Unterbringung der Gäste in Wien Umgebung und Bratislava verfügt Wien nach wie vor über ein immens großes Beherbergungsvolumen in dementsprechenden Ausnahmesituationen.

Genau dieser Faktor macht Wien aber auch so interessant als Veranstaltungsort für Großkongresse. Auf Grund der Errichtung des Austria Center Vienna – welche für lange Zeit umstritten war –, dem traditionellen Veranstaltungsort, der Hofburg, des Umbaus der Messe Wien und der noch anstehenden Ansiedlung der Wirtschaftsuniversität direkt an der Messe Wien, ist beziehungsweise wird Wien als Kongressdestination immer interessanter. Nicht viele Städte sind dermaßen engagiert und investieren derartig viel in den Kongresstourismus wie Wien. Gerade diese Bemühungen auf allen Ebenen, wie eine perfekte Organisation, entsprechende Vorbereitung, gut geschultes Personal, die technische Ausstattung und das gewisse Know-how stellt auch alle VeranstalterInnen seit Jahren zufrieden.

Grund dafür ist auch bestimmt die Arbeit des Vienna Convention Bureaus unter Leitung von Herrn Christian Mutschlechner. Er und sein Team tragen zu einem großen Teil dazu bei, dass Wien sein gutes Image als Kongressdestination beibehält, sind für die Akquirierung der KundInnen zuständig, pflegen Kontakte zu anderen Destination und VeranstalterInnen und sind seit Jahren damit erfolgreich.

Auch die zentrale Lage und die gut ausgebaute Infrastruktur der Stadt sprechen im internationalen Vergleich für Wien. Es stellt kein Problem dar mühelos von den Kongresszentren oder innerhalb der Stadt von A nach B zu gelangen. Vor

10 Jahren mussten Kongressdestinationen noch über kulturelle Rahmen- und Freizeitprogramme verfügen um in der Oberliga mitmischen zu können. Heute sind aber gerade die zentrale Lage und die Infrastruktur für Wien als Kongressstadt ausschlaggebend.

All diese Investitionen und Bemühungen haben sich auf langfristige Dauer auch bezahlt gemacht. Im Städtevergleich sieht man an Hand der veranstalteten Kongresse, dass es keine zweite Stadt gibt, die innerhalb der letzten Jahre einen derartigen Aufschwung zu verzeichnen hatte wie Wien.

Der Stellenwert des Kongresstourismus in Wien ist daher hoch anzusetzen. Wien verfügt über all jene Aspekte die sich KongressveranstalterInnen wünschen und sie wissen, dass die Stadt für eine reibungslose Abwicklung und perfekte Organisation bekannt ist. Da dieses Vertrauen von den VeranstalterInnen aus gegeben ist, wird Wien auch in Zukunft erfolgreicher Spieler in der Kongressbranche sein und die Signifikanz des Kongresstourismus wird eine hohe bleiben. Auch unsere Interviewpartner, Hr. Christian Mutschlechner und Mag. Renate Danler, Geschäftsführerin der Hofburg, die wir im Laufe dieser Fachspezifischen Arbeit als kompetente Repräsentanten des Kongressgeschäfts immer wieder zitiert haben, konnten uns dies bestätigen. Wien wird weiterhin im Spitzenfeld der Kongressdestinationen rangieren. Dies wird begründet durch die wiederkehrenden VeranstalterInnen, die mit den Leistungen, der Lage und der Infrastruktur Wiens vollkommen zufrieden sind. Des Weiteren werden Kongresse weit im Voraus geplant, wodurch man damit schätzen kann, dass bis 2015 die Buchungslage der großen Kongresszentren gedeckt sein wird. Außerdem verfrachten immer mehr internationale Vereinigungen ihren Hauptsitz auf neutralen und zentral gelegenen Boden, wodurch, die Anzahl der internationalen Kongresse weiter steigen wird. Ist Wien weiterhin so engagiert wird es daher kein Problem sein auch in der Zukunft hohe Umsätze durch nationale oder internationale Kongresse zu erzielen.

## 10 Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Aufteilung der Kongresse in Veranstaltungsorte .....	8
<a href="http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf">http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf</a>	
df S. 16	
Abbildung 2 - "Der Kongress tanzt" .....	10
<a href="http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress">http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress</a>	
Abbildung 3: Ergebnisse des Wiener Kongresses .....	12
<a href="http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress">http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress</a>	
Abbildung 4 - VCB.....	13
<a href="http://www.univie.ac.at/snts2009/snts2009_sponsors.html">http://www.univie.ac.at/snts2009/snts2009_sponsors.html</a>	
Abbildung 5 - ICCA .....	17
<a href="http://www.europeancitiesmarketing.com/listing.asp?id=9&amp;cat=9">http://www.europeancitiesmarketing.com/listing.asp?id=9&amp;cat=9</a>	
Abbildung 6 - UIA .....	19
<a href="http://www.laetusinpraesens.org/uia/docs/logo_uia.php">http://www.laetusinpraesens.org/uia/docs/logo_uia.php</a>	
Abbildung 7 - AIPC.....	19
<a href="http://www.salzburgcongress.at/en/about_us/memberships/aipc.htm">http://www.salzburgcongress.at/en/about_us/memberships/aipc.htm</a>	
Abbildung 8 - EFCT.....	20
<a href="http://www.visitlithuania.net/conference/pages/conf_why.shtml">http://www.visitlithuania.net/conference/pages/conf_why.shtml</a>	
Abbildung 9 - Die Wiener Hofburg.....	24
<a href="http://www.flickr.com/photos/nagesh_kamath/2894870838/sizes/m/in/photostream/">http://www.flickr.com/photos/nagesh_kamath/2894870838/sizes/m/in/photostream/</a>	
Abbildung 10 - Eventpyramide Vösendorf .....	26
<a href="http://www.iti-arte.at/meet_2010.htm">http://www.iti-arte.at/meet_2010.htm</a>	
Abbildung 11 - Austria Center Vienna .....	27
<a href="http://www.austria-lexikon.at/af/AEIOU/Austria_Center_Vienna">http://www.austria-lexikon.at/af/AEIOU/Austria_Center_Vienna</a>	
Abbildung 12 - Messezentrum Wien .....	28
<a href="http://www.ferien-messe.at/presse/pr_fotos_detail.html?area=location">http://www.ferien-messe.at/presse/pr_fotos_detail.html?area=location</a>	

Abbildung 13 - Aussicht über Wien vom Kahlenberg .....	30
<a href="http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/22775255">http://www.fotocommunity.de/pc/pc/display/22775255</a>	
Abbildung 14 - Städtevergleich internationaler Kongresse.....	39
<a href="http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=1203/1515/7436&amp;lng=fr">http://asp.zone-secure.net/v2/index.jsp?id=1203/1515/7436&amp;lng=fr</a>	
Abbildung 15 - ICCA Statistik: Entwicklung international.....	40
<a href="http://www.stadtzuerich.ch/content/dam/stzh/hbd/Deutsch/Hochbau/Weitere%20Dokumente/Staedtische_Bauten_geplant/Kongresszentrum/Standortevaluation/kongresszentrum_bericht_auswirkungen_inura.pdf">http://www.stadtzuerich.ch/content/dam/stzh/hbd/Deutsch/Hochbau/Weitere%20Dokumente/Staedtische_Bauten_geplant/Kongresszentrum/Standortevaluation/kongresszentrum_bericht_auswirkungen_inura.pdf</a>	
Abbildung 16 - Nächtigungen KongressteilnehmerInnen nach Hauptstädten ..	42
<a href="http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf">http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf</a>	
Abbildung 17 - Anzahl der Kongresse und Tagungen nach Bundesländern ....	42
<a href="http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf">http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf</a>	
Abbildung 18 - Beispiel für einen Ablaufplan.....	48
SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 324	
Abbildung 19 - Red - Ribbon .....	56
<a href="http://www.vergissaidsnicht.de/aids_schleife_download.html">http://www.vergissaidsnicht.de/aids_schleife_download.html</a>	
Abbildung 20 - Verkehrskonzept: Kardiologenkongress.....	59
<a href="http://www.wien.gv.at/rk/msg/2007/0823/006.html">http://www.wien.gv.at/rk/msg/2007/0823/006.html</a>	
Abbildung 21 - Aufgabenaufteilung im Hotel während eines Kongresses	70
SCHREIBER, Michael-Thaddäus: Kongress- und Tagungsmanagement, 1999, S. 145	

## 11 Quellenverzeichnis

DANLER, Mag. Renate: Interview vom 09.03.2011, Heldenplatz, 1014 Wien

DETTMER, Harald u.a. (Hrsg.): Tourismustypen. – München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2000

DOLNICAR, Sara u.a. (Hrsg.): Kongress- und Incentivetourismus: Nützt Österreich seine Marktchancen? Protokolle des Internationalen ÖGAF-Symposiums am 4. November 1996 in Wien, Band 9. – Wien: ÖGAF – Österreichische Gesellschaft für Angewandte Fremdenverkehrswissenschaft, 1997

MUTSCHLECHNER, Christian: Interview vom 6.12.2010, Untere Augartenstrasse 38/Top 5, 1020 Wien

SCHEUCHER, Alois u.a. (Hrsg.): Zeitbilder Band 6. Österreichischer Bundesverlag 2000

SCHMIDT, Erwin: Wiener Stadtgeschichte. Von der Keltensiedlung zur Weltstadt. – Wien, München, Jugend und Volk Verlag, 1976

SCHREIBER, Michael-Thaddäus u.a. (Hrsg.): Kongress- und Tagungsmanagement. – München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 1999

ZÖLLNER, Erich: Geschichte Österreichs. – München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 8. Auflage, 1990

## Internetquellen

[http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische\\_Kongressstatistik\\_Endfassung.pdf](http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf)  
df S.8

[http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische\\_Kongressstatistik\\_Endfassung.pdf](http://www.acb.at/media/files/Oesterreichische_Kongressstatistik_Endfassung.pdf), S. 16

<http://www.acv.at/>

<http://www.aipc.org/quality.php>

<http://www.austria-trend.at/eventhotel-pyramide/de/>

[http://www.austropainterconvention.at/de/service\\_congress.asp](http://www.austropainterconvention.at/de/service_congress.asp)  
<http://b2b.wien.info/de/presse/aussendungen/2010/europ-geo-kongress>  
<http://b2b.wien.info/de/presse/aussendungen/mutschlechner-icca-auszeichnung>  
<http://de.wikipedia.org/wiki/Radiologe>  
<http://de.wikipedia.org/wiki/Welt-AIDS-Konferenz>  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener\\_Kongress](http://de.wikipedia.org/wiki/Wiener_Kongress)  
<http://derstandard.at/1242316086495/Wien-bei-Kongressen-weltweit-Nummer-eins>  
[http://www.events.at/austria\\_center\\_vienna/](http://www.events.at/austria_center_vienna/)  
<http://expopromoter.com/Societies/lang/en/socorg/12932/>  
<http://www.hofburg.com/>; [de.wikipedia.org/wiki/Hofburg](http://de.wikipedia.org/wiki/Hofburg)  
<http://www.iccaworld.com/abouticca.cfm>  
<http://www.l-iz.de/Wirtschaft/Metropolregion/2010/12/Leipzig-im-Zentrum-der-globalen-Kongressbranche.html>  
<http://www.leipziginfo.de/aktuelles/artikel/datum/2010/12/18/50-icca-kongress-2011-in-leipzig/>  
<http://www.messe.at/>; [http://de.wikipedia.org/wiki/Messe\\_Wien](http://de.wikipedia.org/wiki/Messe_Wien)  
[http://www.messecongress.at/nt/download/imagefolder\\_a4\\_quer.pdf](http://www.messecongress.at/nt/download/imagefolder_a4_quer.pdf)  
[http://www.myesr.org/html/img/pool/ECR\\_2010\\_Abschlusspresseaussendung.pdf](http://www.myesr.org/html/img/pool/ECR_2010_Abschlusspresseaussendung.pdf);  
<http://www.news.at/articles/0820/10/205956/2010-weltgroesster-aids-kongress-wien-bis-30-000-teilnehmer>  
<http://www.oe24.at/welt/weltchronik/Wien-ist-beliebteste-Kongressstadt/534067>  
[http://www.salzburgcongress.at/de/ueber\\_uns/mitgliedschaften/icca.htm](http://www.salzburgcongress.at/de/ueber_uns/mitgliedschaften/icca.htm)  
<http://www.uia.be/>  
<http://www.vienna.convention.at>

## 12 Anhang

**Auszug aus dem Interview mit Hr. Christian Mutschlechner, Leiter des Vienna Convention Bureaus (06.12.2010):**

***Gibt es auch in anderen Städten Institutionen wie in Wien das Vienna Convention Bureau?***

Ja. Convention Bureaus gibt es in nahezu allen kongressinteressierten Städten. Das Vienna Convention Bureau ist lediglich ein Vermittler und kein Professional Congress Organizer. Wir sind für die Akquisition der Kunden zuständig, nicht aber für die Organisation der Kongresse.

***Kennen Sie den Grund warum „der Kongressgast“ immer wieder nach Wien kommt?***

Der Kongressgast kommt nicht immer wieder nach Wien. Er kommt wirklich nur wenn ein Kongress stattfindet. Außerdem können wir das inhaltliche Kongressangebot nicht steuern. Das inhaltliche Angebot liegt einzig und allein in den Händen des Veranstalters. Es kommt kein Kongressgast nur nach Wien wegen Wien. Die Angebots- und Nachfragesituation ist das Ausschlaggebende dafür, wie viele Kongresse jährlich in einer Stadt stattfinden und ob der Kongressgast dadurch wieder kommt.

***Wie sehen Sie die Entwicklung des Vienna Convention Bureaus im Laufe der nächsten Jahre? Wir haben nämlich erfahren haben, dass z.B. Barcelona im Bezug auf das Kongressangebot sehr zulegt. Wie reagiert hier das VCB auf solch eine Situation?***

Barcelona ist schon über die letzten 10 bis 15 Jahre im Kongressgeschäft ein Standardpartner Wiens. Barcelona gehört wie Wien zu den Top-Playern in jenem Geschäft seit der Olympiade im Jahre 1992 und ist außerdem die einzige Destination wo die Leitung noch dieselbe ist wie vor 20 Jahren. Barcelona und Wien weisen des Weiteren ähnliche Infrastrukturen auf. Es gibt jedoch einen

wesentlichen Unterschied; Barcelona ist nämlich die klassische Meeresdestination im Süden, während Wien die klassische mitteleuropäische Destination darstellt. Dadurch herrscht keine direkte „Bedrohung“, was nur Vorteile mit sich bringen kann. Einer dieser Vorteile ist vor allem, dass viele Kunden die bereits in Barcelona waren, auf Wien aufmerksam gemacht werden und in den nächsten Jahren eventuell einmal nach Wien kommen und auch umgekehrt. In Folge dessen entstehen ein gemeinsames Marketing und eine gewisse Kooperation. Jedoch bin ich mir im Unklaren ob solche Kooperationen auch andere Destinationen untereinander pflegen. Generell kann man sagen, dass alles was Marketing in Übersee betrifft von Wien und Barcelona gemeinsam gestaltet wird. Dadurch, dass unter anderem wir, das Vienna Convention Bureau, sehr engagiert sind wird es dem Wiener Kongresstourismus weiterhin gut gehen.

***Das bedeutet, Barcelona wird nicht als Konkurrenz angesehen?***

Konkurrenz wird es immer geben, aber wir haben gegenüber keine Berührungspunkte. Würde aber beispielsweise Budapest eine solch gute Infrastruktur anbieten wie Barcelona, würden wir mit Budapest bestimmt nicht kooperieren. Aber dadurch, dass Barcelona im Süden liegt und die klassische Meeresdestination bildet, sieht der Kunde in Wien und Barcelona zwei verschiedene Produkte. Daher herrscht kein direktes Konkurrenzverhalten.

***Wien ist ebenfalls als historische Stadt anzusehen. Denken Sie dass dieser kulturelle Faktor ein Grund dafür ist Kongresse in Wien zu veranstalten?***

Vor etwa 15 Jahren war das auf jeden Fall ein Thema; seit letzter Zeit – aber auch in der Zukunft – wird es keine Rolle spielen. Es geht nur mehr um die kongressorientierte Infrastruktur und die Lage. Natürlich schadet es nicht eine schöne Stadt mit Tradition und Kultur wie Wien zu sein, aber wenn es hart auf hart kommt, ist die Infrastruktur das Entscheidende. Der Kunde wird auch eine Stadt wählen, wo es nicht sonderlich viel Kultur, wenige Museen, oder keine großartige Landschaft gibt, wenn die Infrastruktur gegeben ist.

***Das heißt die Freizeitangebote, die dem Kongressgast angeboten werden, werden auch nicht genutzt?***

Nein. Das ist heutzutage kein Thema mehr. Sie werden auch häufig nicht mehr angeboten. Ein organisiertes Rahmenprogramm für Begleitpersonen gegen eine Gebühr war vollkommen üblich, ist heute jedoch unverkäuflich geworden. Dies nimmt einfach ab, da die Kongresse kaum mit Tourismus zu tun haben. Es geht wirklich nur mehr um die Fort- und Weiterbildung. In nächster Zeit wird Wien daher auch versuchen seine Infrastruktur und andere entscheidende Faktoren zu verbessern.

***Wie wird Werbung im Bezug auf das Kongressangebot Wiens betrieben?***

Hauptsächlich inseriert das Vienna Convention Bureau in den wichtigsten internationalen Fachmedien. Aber selbstverständlich gehen wir als Institution auch auf Messen, veranstalten Workshops, organisieren Verkaufsreisen und repräsentieren Wien als Kongressstadt auf diesem Weg.

***Wie viele Mitarbeiter zählt das VCB derzeit?***

11 Personen

***Bucht der Kongressgast eher lang- oder kurzfristig? Gibt es bevorzugte Kongresshotels wo der Kongressgast gerne residiert oder kann man das nicht verallgemeinern?***

Kontingente werden häufig dort aufgenommen wo ich als Kongressgast den Tagungsort mit dem öffentlichen Verkehr leicht erreichen kann. Daher hat jedes Hotel nahe einer U-Bahnstation automatisch einen Vorteil. Es gibt aber einen Kongress, wo es passiert, dass die Kongressgäste in Wien Umgebung untergebracht werden müssen, da die Kapazität Wiens nichts ausreichen würde und der Standort des Hotels nicht mehr relevant ist – nämlich bei dem Kardiologenkongress mit 33.000 Teilnehmern. Der AIDS-Kongress der dieses Jahr mit

20.000 Teilnehmern tagte, war noch im Bereich des Möglichen. Wien verfügt in etwa über 25.000 Hotelzimmer innerhalb der Stadtgrenze. Rechnet man den Großraum Wien noch dazu käme man auf weitere 3.000 – 4.000 Zimmer. Im Endeffekt käme man in etwa auf 29.000 Hotelzimmer, die Wien als Großraum aufweisen würde.

***Alles was über der Größenordnung des Kardiologenkongresses liegt wäre also nicht mehr machbar?***

Machbar schon, jedoch hätten wir vermutlich zu wenig Kapazität. Wien hat immerhin noch Bratislava als Reserve. Beim Kardiologenkongress wurden auch 800 Kongressgäste in Bratislava untergebracht und per Bustransfer täglich nach Wien gebracht. Das ist jedoch gerade einmal ein Kongress in dieser Größenordnung, ansonsten bringen wir alle Gäste in Wien unter. Denke ich an Kongresse in einer Größenordnung zwischen 18.000-22.000 Teilnehmern hat Wien noch einen gewissen Puffer um wachsen zu können.

***Wie sehr unterscheidet sich der Kongressgast vom Individualtouristen, bezüglich der Ausgabebereitschaft während des Aufenthaltes?***

Es ist statistisch bewiesen, dass Kongressgäste wesentlich mehr ausgeben als Individualtouristen. Die Tagesausgaben des Kongressgastes fächern sich auf in: An- und Abreisekosten, Teilnehmergebühr für den Kongress, Hotelunterbringung und auch noch persönliche Ausgaben für alles Mögliche wie Shopping, Restauration, Telekommunikation usw. Die letzte Ziffer unserer Studie lag um die 450,- Euro an persönlichen Ausgaben je Aufenthalt. Die Ausgaben eines Individualtouristen sind wesentlich geringer. Man kann es auch gesamtwirtschaftlich sehen und sagen, dass der Kongressgast gesamtwirtschaftlich mehr wert ist als der normale Städtetourist. Des Weiteren muss der Kongressgast auch die Teilnehmergebühr zahlen.

### ***Was genau ist die Teilnehmergebühr?***

Sie können nur zu einem Kongress kommen, wenn Sie sich anmelden und zahlen. Die Teilnehmergebühr ist jedoch sehr unterschiedlich und ergibt sich aus dem Kongressbudget. Das bedeutet, je nachdem wie viel der Kongressveranstalter in die Organisation und die Abwicklung des Kongresses investiert, ist die Gebühr dementsprechend hoch oder niedrig. Diese Investitionen reichen vom Blumenschmuck über IT, etc. Was auch immer offeriert wird, muss der Kongressveranstalter mit dieser Teilnehmergebühr, durch eine begleitende Fachausstellung, durch Sponsorengelder etc. abdecken. Diese Teilnehmergebühren werden zumeist nicht von dem Unternehmen, von dem beispielsweise ein Mitarbeiter gesandt wird, bezahlt, sondern die Gebühr zahlt der Kongressgast häufig persönlich.

### ***Gibt es weitere Planungen für Kongresszentren?***

Nicht, dass ich wüsste. Wir haben immerhin schon 4 in Wien, wobei in den letzten 7 Jahren 2 davon komplett neu gebaut wurden. Es wird viel investiert in Renovierung und Flächenumwidmung, aber ich gehe nicht davon aus, dass wir ein neues Kongresszentrum bekommen werden. Dies schließt allerdings nicht aus, dass wir irgendwo in Wien ein Riesenhotel mit großer Konferenzfläche bekommen. Aber im Moment ist es nicht so.

### ***Ist der Veranstalter eines Kongresses auch für das Kommen der Gäste zuständig? Denn wie kann man als PCO oder Kongresshotel sicher gehen, dass auch ausreichend Interessenten kommen werden?***

In einer gewissen Weise schon. Natürlich gibt es immer wieder neue Kongresse auf dem Markt, die sozusagen wachsen müssen und am Anfang relativ riskant sind, da man manchmal tatsächlich nicht weiß ob ausreichend Interessenten kommen werden. Die Mehrzahl der Kongresse hat jedoch eine etablierte Klientel auf Grund dessen, dass es sich bei Kongressen häufig um wiederkehrende Veranstaltungen handelt. Dadurch steigt der Bekanntheitsgrad stetig an. Bei-

spielsweise beim Kardiologenkongress weiß die halbe Welt bescheid, dass irgendwo in Europa zwischen August und September der Kongress statt findet.

***Sie sagten soeben Ende August. Gibt es hier Referenzen oder Kongresssaisonen?***

Am Markt ist es das Phänomen, dass der September der bevorzugte Kongressmonat ist. Häufig stellt der Andrang der Kunden dann häufig ein Problem dar. Letztes Jahr mussten wir auf Grund des großen Andrangs sogar einige Kongresse absagen, da kein Platz mehr für die Unterbringung der Gäste vorhanden war, oder die Kongresszentren vollkommen ausgebucht waren.

***Und wieso vermuten Sie gerade September?***

Der wesentliche Grund dafür ist, dass fast in ganz Europa zu dieser Zeit noch Ferien sind, und daher die Universitäten geschlossen sind. Dadurch, dass eine Vielzahl der Kongresse aus Universitäten herausgeht, herrscht hier ein großer Andrang. Juli und August sind nicht sehr beliebte Monate, da dies die klassische Urlaubszeit ist. Weitere No-Go Monate sind Jänner und Februar, wo international kaum Kongresse stattfinden.

***Wie hoch ist der Stellenwert des Kongresstourismus in Wien? Was wäre, wenn das Szenario eintreten würde, dass plötzlich keine Kongresse in Wien mehr veranstaltet werden, oder ein starker Rückgang verzeichnet wird?***

Generell herrscht im Kongresstourismus ein ständiges Auf und Ab. Dies erkennt man auch sehr deutlich an den veröffentlichten Statistiken. Aber der Anteil der Nächtigungen in der Tagungsindustrie im Verhältnis zu der Gesamtnächtigungszahl in Wien variiert jedes Jahr zwischen 11 - 15 %. Daher ist der Kongresstourismus ein strategisch eminentes Standbein für Wien. Auch aus ökonomischer Sicht, also aus der Sicht der Hotellerie, da dem Individualgeschäfts-

reiseverkehr die Grundauslastung fehlt. Dementsprechend bildet der Kongress-tourismus auch eine Basis für die Hotellerie.

***Werden die Neueröffnungen der 5-Stern-Hotels auch ein Faktor sein, dass Wien als Kongressstadt beliebter wird?***

Für eine Stadt wie Wien ist die Ansiedelung von international renommierten 5-Sternketten wichtig. Für den Kongressgast braucht Wien aber keinerlei solcher 5-Sternhotels, da der Trend im Kongressgeschehen eindeutig in Richtung 3 – 4 Sternhotellerie geht. Im medizinischen Bereich ist es beispielsweise so, dass bis vor kurzem Pharma-Firmen Teilnehmer gesponsert haben. Diese haben jetzt jedoch ein Limit von € 180,- pro Übernachtung gesetzt. In etwa seit 2006 hat sich dadurch ein klarer Trend entwickelt.

***Obwohl die 4-Sternhotellerie Probleme hat, da die 5-Sternhotellerie ihre Preise immens seit der WK 2008 gesenkt hat? Dadurch müsste man sich dann doch eigentlich eher für das qualitativ hochwertigere Hotel entscheiden?***

Ja aber bei Pharma-Firmen ist die 5-Sternhotellerie inzwischen ein rotes Tuch. Darum gibt es auch kaum noch 5-Sternhäuser. Aber viele angesehene Hotels wie das Marriott oder das Hilton haben auch keine Sterne mehr, bieten aber trotzdem Top Qualität.

***Glauben Sie, dass der Trend weiter zu Markennamen und weniger zu den Sternen gehen wird?***

Alles was international die Ketten betrifft, bestimmt. Wenn ich persönlich verreise ist es kein Problem für mich in einem 3-Sternhotel zu übernachten, wenn ich die Marke kenne, die mir Qualität und Sauberkeit verspricht. Und dieser Marke vertraue ich dann auch.

**Auszug aus dem Interview mit Fr. Mag. Renate Danler, Geschäftsführerin der Wiener Hofburg (09.03.2011):**

***Wie darf man sich einen Jahresablauf an Veranstaltungen in der Hofburg vorstellen?***

Im Jänner und Februar haben wir bei uns in der Hofburg hauptsächlich Bälle. Mai und Juni haben wir viele Kongresse, Tagungen und auch Galas. Im Sommer ist meistens eine Flaute von mindestens einem Monat, sozusagen eine interne Nebensaison, wo wir hauptsächlich Konzerte und Hochzeiten veranstalten. Aber gerade diese Zeit wird genutzt, um das Haus zu sanieren. Ende August bis Anfang Dezember haben wir dann wieder etliche Kongresse, Galas und Bankette, im Oktober und November liegt der Schwerpunkt eindeutig auf den Messen. Im Dezember richten wir auch viele Weihnachtsveranstaltungen aus. Man sieht wir haben eine große Vielfalt an Angebot, das bedeutet auch eine gewisse Risikostreuung. Kongresse, die Jänner und Februar kaum stattfinden werden ersetzt durch die Ballsaison, wo beispielsweise jährlich der Jäger oder der Kaffeesiederball stattfinden.

***Arbeitet die Hofburg mit anderen kongresstouristischen Unternehmen wie dem VCB, PCO's oder anderen zusammen?***

Die Hofburg gehört uns allen, sprich der Republik Österreich. Wir waren aber eine der ersten Privatisierungen, die 1969 in private Hände gegeben worden sind. Die Hofburg wird in einer Betriebsgesellschaft mit sechs Gesellschafter-Unternehmern geführt, die im Tourismussektor tätig sind, wie die Hotels Intercontinental, Schick-Gruppe oder Sacher. Diese genießen keine Vorteile, denn die Hofburg muss sich am Markt bewegen und mit allen potentiellen Kunden zusammenarbeiten. Das können nicht nur PCO's sein, sondern auch ein Incoming-Reisebüro, wie Mondial, ein Ministerium, eine Wirtschaftskammer, ein privates Unternehmen, Interessensvertretungen, Universitäten mit ihren Professoren und natürlich unsere Hotels, die wir ja auch für die Unterbringung benötigen.

***Es gibt verschiedenste Veranstaltungen, die die Hofburg abhält. Gibt es hier eine gewisse Vorliebe?***

Wir müssen natürlich wirtschaftlich denken, sprich Veranstaltungen mit möglichst hohem Deckungsbeitrag sind erforderlich. Diesen erreichen wir bei mehrtägigen, internationalen Tagungen, bei Galas und Banketten, wo die großen Prunksäle wie der Fest- oder Zeremoniensaal gemietet werden. Bälle sind natürlich wunderschön, aber man muss immer bedenken, was das meiste Geschäft bringt, und das sind eindeutig jene Tagungen in den großen Räumlichkeiten.

***Gibt es auch Sponsoren, die Sie finanziell unterstützen?***

Es gibt bei unseren Veranstaltungen immer Sponsoren wie die UNIQUA, andere Versicherungen, Banken, etc. Die unterstützen allerdings den Kunden direkt, weniger uns.

***Sind die Ressourcen der Hofburg vollkommen ausgeschöpft oder besteht noch Wachstumspotential?***

Wir sind sehr gut unterwegs, aber nichts desto trotz ist noch Platz für weitere Veranstaltungen, vor allem im März und April. Was die Hofburg allerdings einzigartig am Veranstaltungssektor macht ist, dass wir einen Fixmieter haben. Das ist die OSZE – die Organisation für Sicherheit und Zusammenarbeit in Europa – und die haben in etwa 4.000 m<sup>2</sup> von uns gepachtet, für 60.000 BesucherInnen und 220 Sitzungen pro Jahr. Wenn also keine Veranstaltung stattfindet, ist die OSZE immer hier und das Team hat alle Hände voll zu tun.

***Wie lange im Voraus wird normalerweise für eine Veranstaltung angefragt?***

Wir haben ein großes Aufkommen an Wiederholungskunden und Stammkunden, die schon bis 2020 gebucht sind. Diese möchten immer den gleichen Ter-

min, weil beispielsweise der Juristenball immer am Faschingssamstag stattfindet. Große Verbandskongresse sind im Allgemeinen sehr langfristig zu planen, dennoch geht der Trend immer mehr zum kurzfristigen Planen. Eine Pressekonferenz, ein Firmenmeeting oder eine Preisverleihung sind häufig sehr kurzfristig. Früher war spätestens drei Monate vor der Veranstaltung gebucht worden. Heute kann es innerhalb desselben Monats noch zu einer Anfrage kommen. Bei den größeren Veranstaltungen wie Firmenmeetings mit 500 Personen wird häufig im Frühjahr gebucht und die Veranstaltung findet dann im Herbst statt.

### ***Was sind für Sie Stammkunden?***

Meistens sind Stammkunden solche, die jährlich, oder alle zwei Jahre bei uns sind. Wenn aber ein Kunde dreimal im Jahr bei uns eine Veranstaltung gemacht hat oder große Umsätze erzielt worden sind dann reicht schon 1x zweijährlich, um zu den Wiederholungskunden zu zählen. Auf jeden Fall muss es sich um eine periodische Veranstaltung handeln.

### ***Gibt es ein Konkurrenzverhalten zwischen Ihnen und anderen Anbietern?***

Eher gibt es zwischen der Messe Wien und dem Austria Center eine Konkurrenz, da beide sehr große Räumlichkeiten mit moderner Ausstattung sind. Für die Hofburg spürbare Konkurrenz sind eher die Hotels Hilton und Intercontinental, die auch große Tagungsmöglichkeiten haben und die Nächtigung äußerst günstig oder gar zum Nulltarif anbieten, was wir nicht können.

### ***Wie ist das Verhältnis zwischen nationalen und internationalen Kongressen, wohin geht der Trend?***

Zwei Drittel unserer Veranstaltungen sind international, dorthin geht auch eindeutig der Trend. Wir haben heuer erstmals chinesische, kasachische und russische VeranstalterInnen, die insgesamt aus über 20 Nationen kommen. Wien

ist eine internationale Stadt, viele internationale Organisationen haben einen Sitz hier, wie die Vereinten Nationen, OPEC oder OSZE, von denen wir auch Angebote bekommen. Dadurch kommen natürlich auch wieder internationale Gäste nach Wien. Es sind auch aus dem Grund viele internationale Organisationen in Wien, weil wir hier auf neutralem Boden sind. Diese Tagungen von internationalen Organisationen bringen meiner Meinung nach Wien auch den Ruf einer exzellenten Destination für solche Veranstaltungen ein.

### ***Inwiefern war die Wirtschaftskrise bei Ihnen spürbar?***

Spürbar war die Krise für uns so richtig erst 2010, davor waren wir noch gut ausgelastet, da alle Buchungen bereits entsprechend früher getätigt wurden. 2009 hatten wir ein bis zwei Absagen, das war nicht so gravierend. 2010 haben wir relativ niedrig budgetiert in Anbetracht der Weltumstände. Ich würde sagen 2010 hatte nicht das Niveau der vorherigen zwei Jahre. Deutlicher zu spüren war die Krise bereits 2008 an einer Eigenveranstaltung, dem so genannten Kaiserball zum Jahreswechsel mit Gästen aus 40 Nationen aus aller Welt. Die einzelnen Menschen reagierten viel schneller auf die Wirtschaftskrise als die Unternehmen das konnten.

Zusammenfassend kann man sagen, dass im institutionellen Bereich kaum ein Minus auszumachen war, es aber bei Individualgästen zu einem etwas höheren Einbruch gekommen ist.

### ***Wie sieht die Zukunftsorientierung der Hofburg aus?***

Langfristig sehen wir sehr viel Potential für die Hofburg, weil wir so viele Veranstaltungssegmente bedienen. Wir sehen aber, dass wir exzellent sein müssen um weiterhin erfolgreich zu bleiben. Was wir uns noch mehr wünschen würden ist, dass auch die Regierung international in Erscheinung tritt und international einlädt, und dass wir als Mittelpunkt Europas gesehen werden. Geld für Forschung ist auch für uns sehr wichtig, denn wenn die Wissenschaftler keine neuen Erkenntnisse haben, werden auch keine großen Kongresse nach Wien kommen. Die Stadt muss sich daher als Wissens- und Wirtschaftsstandort in

der Zukunft weiterentwickeln. Die Vernetzung muss forciert betrieben werden, sodass die internationalen Organisationen und Unternehmen weiter in Wien bleiben sowie neue noch dazukommen. Ganz wesentlich ist natürlich die Erreichbarkeit und die Infrastruktur, in diesem Bereich gibt es Aufholbedarf. Beispielsweise müssen alle U-Bahn-Stationen eine englischsprachige Beschilderung bekommen.

Was aber unsere Kernkompetenz ist, und wo wir viele Sympathien haben ist unsere Kultur, unser Ball- und Konzertgeschehen, unsere Opern und unser Charme. Und das müssen wir verquicken mit ein bisschen wirtschaftlicher und forschungsmäßiger Dynamik, deswegen sage ich, dass die Bereiche Bildung, Forschung und Wirtschaft ganz wesentlich für uns sind. Wir müssen international mitspielen.

### ***Glauben Sie, dass Barcelona Wien überholen wird?***

Ich glaube nicht. Barcelona ist zwar eine sehr reizvolle Stadt, schon auf Grund des Klimas, aber dieser Wettbewerb findet in einer anderen Liga statt. Barcelona und Wien sind kulturell komplett verschieden, die geographische Lage ist auch eine ganz andere. Die Stadt, die bestimmt in einem Genre mit uns wäre, ist Paris. Wien verfügt aber über bessere Kongresseinrichtungen, und unsere Gastfreundschaft ist einzigartig, ebenso können die Franzosen in puncto Fremdsprachenkenntnisse nicht mit uns mithalten.

### ***Unterscheidung ICCA und UIA?***

Ich glaube, die ICCA-Statistik wird ein bisschen mit ihren Mitgliedern gemacht. Die UIA erfasst lediglich internationale Organisationen. Sehr schwierig zu erfassen ist das Corporate Geschäft.

ICCA und UIA sind Zahlenwerke und nicht wirklich qualitativ hochwertig, wie alle anderen Statistiken auch. Es ist sicherlich ganz nett sich das Städteranking anzusehen, aber für mich als Geschäftsführer sind 100 Veranstaltungen nett,

aber ich freue mich, wenn ich mit 10 Veranstaltungen denselben oder einen höheren Umsatz mache. Es zählt nicht die Quantität sondern die Qualität.

***Wie viel kostet ein Kongress verallgemeinert gesprochen, wie setzt sich die Kalkulation zusammen?***

Nehmen wir an Sie sind Kongressveranstalter der FH-Modul und machen ein eintägiges Symposium über Ihr Thema. Dann schätzen Sie wie viele Teilnehmer es sein werden, sagen wir 200 und die Veranstaltung soll in der Hofburg stattfinden. Dann erkundigen Sie sich nach der Saalmiete und kalkulieren danach die Teilnehmergebühr. Sie müssen ein Worst-Case-Szenarium anstellen und sagen, im Schlimmsten Falle kommen nur 100 der Eingeladenen. Demnach kalkuliert man dann auch. Es fallen weiters Kosten für Miete, Mittagessen und Kaffeepause an, die Referenten kosten in diesem Falle nichts. All jene Aspekte der Entstehungskosten müssen bei der Kalkulation beachtet werden. Erst dann wird der Teilnehmerbetrag festgelegt. Wenn Sie merken, dass sie von jedem Teilnehmer 200 € verlangen müssten, suchen Sie nach Quellen und Sponsoren, wie dem Bundesministerium, Forschungseinrichtungen Banken, Firmen, die Sie unterstützen, weil diese Teilnahmegebühr auf dem Markt nicht durchsetzbar ist. Mit den Sponsoren kommen Sie dann auf einen Betrag von 50€ die Sie verlangen müssen, was schon wesentlich realistischer ist.

Bei wiederkehrenden Kongressen kann man sich natürlich an die Zahlen der vergangenen Jahre halten, wie viele AusstellerInnen dabei waren etc., aber es gibt kein Rezept, welches man Ihnen mit auf den Weg geben kann. Jeder Fall ist anders.