

Schweiz gegen Rest der Welt

Vermarktung Warum Städte wie Basel, Bern, Genf und Zürich sich mit Metropolen wie London oder Paris messen und dafür bis nach Schanghai reisen.

DANIEL TSCHUDY

Die International Congress and Convention Association (ICCA) tagte vom 2. bis 6. November 2013 im fernen Schanghai und lud weltweit ihre Mitglieder ein, sich dort am chinesischen Markt zu versuchen. Der Trip zum jährlichen Weltkongress war nicht billig – zuerst die eigentliche Teilnahmegebühr, dann der Hin- und Rückflug, mindestens vier Hotelübernachtungen, generelle Reisekosten und vor allem eine ganze Woche Absenz.

Trotzdem delegierten die vier wichtigsten Schweizer Kongressstädte ihre Vertreter in den Fernen Osten. Insbesondere Anja Loetscher, die Direktorin des Convention Bureau von Genf Tourismus, könnte über hohe Kosten klagen. Nicht weniger als vier Mitarbeitende nahmen am ICCA-Weltkongress teil – die Ausgaben kann man sich hochrechnen, sie gehen wohl Richtung 20 000 Franken, ohne die Arbeitszeit einzukalkulieren.

Markt als Hauptgrund des Trips

Loetscher erklärt dazu, dass sie den Markt China schon seit Jahren bearbeitet und dass eine aktive Präsenz ihres Genfer Teams diese Anstrengungen unterstreicht und mit den Kontakten in China deutlich macht, wie ernst das Interesse ist. Zudem sagt sie: «Ich setze den ICCA Congress als eine Art Incentive für meine Mitarbeitenden ein. Sie arbeiten das ganze Jahr im Büro an den Leads und schreiben unzählige Offerten. Mit der Teilnahme und der Reise kann ich ihnen danken und sie gleichzeitig motivieren, im nächsten Jahr

noch mehr zu arbeiten. Zudem ist das Networking nicht nur Spass – mein Team kann sich so auch mit anderen Convention Bureaus vernetzen und profitiert von diesen direkten Austausch.» Für die Genfer Vermarkter und Verkäufer sei der Trip nach Schanghai äusserst wertvoll, und man plane, am nächsten jährlichen Weltkongress in Antalya vielleicht sogar fünf Angestellte mitzunehmen.

Die anderen drei Vertreter bewerten das riesige Einzugsgebiet China für Meetings, Incentives, Conventions, Events (MICE) in der Schweiz derzeit noch als weniger wichtig, wobei Maria-Lucia Gudenus, Senior Manager Meetings & Conventions von Zürich Tourismus, doch immerhin von einem «Zukunftsmarkt» spricht. Gudenus und die beiden langjährigen Delegierten bei der ICCA, Stefan Bonsels von Basel Tourismus und Bernhard Rhyn von Bern Tourismus, besuchen den Jahrestreff primär, um die Kontakte zu festigen und den Zugang sowie Umgang mit der berühmt-berüchtigten ICCA-Datenbank zu vertiefen.

Rhyn dazu: «Der Austausch unter den Destinationen ist überraschend offen, man gibt Know-how und spezifische Tipps weiter, wie man zum Beispiel eine bestimmte Kandidatur gewonnen hat.» Und Gudenus fügt hinzu: «Bei normalen Messen liegt der Schwerpunkt oft auf dem direkten Verkauf. Bei der ICCA hat man die Zeit und Musse, über den eigenen Tellerrand zu blicken, eigene Prozesse mit denen der anderen Anbieter zu vergleichen und auch, um sich von den Mitbewerbern inspirieren zu lassen.»



Eröffnungszereemonie: 936 Teilnehmer aus 61 Ländern trafen sich am letzten ICCA-Weltkongress im Expo Center in Schanghai.

Dabei kommen aber alle Schweizer Vertreter nicht um die Jahresrangliste der durchgeführten Kongresse herum. Das Gespräch, auch in Schanghai, dreht sich immer wieder um die neusten Positionen und darüber, welche Städte man in dieser Hitparade nun überholt hat oder nicht.

«Hassliebe» ICCA-Weltrangliste

Die «Country & City Rankings» der ICCA basieren auf eigens erstellten Kriterien: Die Kongresse, die jedes Convention Bureau jährlich dem ICCA-Hauptsitz in Holland melden darf, müssen regelmässig stattfinden (meistens im Jahres- oder Zwei-Jahres-Rhythmus), jeweils in mindestens drei Ländern rotieren und zudem 50 Teilnehmer oder mehr haben. Seit 1963 hat die ICCA so über 170 000 internationale Veranstaltungen statistisch erfasst – allein 2012 waren es deren 11 219.

Seit Jahren sind es mit Wien (Rang 1/195 Kongresse) und Paris (2/181) die gleichen europäischen Metropolen, die die Liste anführen. Dahinter kämpfen die Weltstädte um die Positionen und nützen die Statistik aus, um die Politik und die Öffentlichkeit in ihren jeweiligen Ländern auf das Potenzial des Kongressgeschäfts hinzuweisen. Speziell in Asien findet nach der jährlichen Publikation eine regelrechte Medienschlacht statt. Auch Schanghai und Peking nehmen seit wenigen Jahren an diesem imaginären Rennen teil, und dies gar nicht so schlecht: Schanghai noch auf Platz 35, Peking bereits auf Platz 13.

Loetscher bezweifelt aber die Wichtigkeit dieses Wettbewerbs: «Hier werden nicht Äpfel mit Äpfel verglichen. Wie kann man unser Angebot in Genf mit den Weltstädten Paris, London oder Singapur vergleichen? Das Ganze macht einfach

keinen Sinn, und ich wehre mich dagegen, die ICCA-Rangliste als Bewertung unserer Arbeit gelten zu lassen.» Sie könnte sich besser damit abfinden, wenn ähnlich grosse Destinationen vergleichbaren Märkten direkt gegenübergestellt würden, beispielsweise Genf mit Lyon, Mailand oder Salzburg. Auch für Zürich dürfte relevanter sein, was in München, Strassburg oder Prag abgeht – und weniger, wie New York und Tokio abschliessen.

Trotz alledem werden die neuen «Country & City Rankings 2013» bald in allen Branchentiteln weltweit publiziert und kommentiert werden. Jeder wünscht sich dann wieder, den einen oder anderen Platz dazugewonnen zu haben. Diskutiert wird das dann am kommenden ICCA-Weltkongress diesen November in der Türkei – selbstverständlich erneut mit voller Schweizer Beteiligung.

Einschätzung der Schweizer Teilnehmer zur International Congress and Convention Association (ICCA) und deren Weltkongress in Schanghai					
Stadt	Platz im ICCA City Ranking*	Kongresse pro Jahr laut ICCA*	Return on Investment (ROI) wegen ICCA-Mitgliedschaft	Grund für die Teilnahme am 52. ICCA-Weltkongress vom 2. bis 6. November 2013 in Schanghai (China)	Kontaktperson
Zürich	30	70	Datenbank, Networking, Best Practice	China ist ein zentraler Wachstumsmarkt für Zürich; vor Ort wurden nach dem ICCA Congress diverse individuelle Verkaufs-Calls getätigt.	Maria-Lucia Gudenus, Senior Manager Conventions, Zürich Tourismus
Genf	43	49	Networking, Ausbildung, Mitarbeitermotivation	China wird seit Jahren aktiv bearbeitet; Genf wird in China langsam als Kongressstadt bekannt; nach dem ICCA Congress wurden diverse Verkaufs-Calls getätigt.	Anja Loetscher, Director Convention Bureau, Genf Tourismus
Basel	88	26	Datenbank, Weiterbildung, Benchmark	Für das Kongresssegment wird China «nur» als Zukunftsmarkt gesehen; es gibt noch keine spezifischen Anstrengungen.	Stefan Bonsels, Sales Manager Convention Bureau, Basel Tourismus
Bern	125	18	Datenbank, Kontakte	Aus China werden derzeit keine Leads erwartet; die Teilnahme war nicht destinationsbezogen.	Bernhard Rhyn, Direktor Bern Incoming, Bern Tourismus

* «COUNTRY & CITY RANKINGS 2013» DER INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA)

Melden Sie sich noch heute online für die KonferenzArena an: www.konferenzarena.ch/anmeldung

2. Schweizer KonferenzArena

Mittwoch, 29. Januar 2014
Kongresshaus Zürich, 10.30 – 19.00 Uhr

<p>Gold Partner</p>	<p>Exclusive Technical Partner</p>	<p>Host City</p>	<p>Official Car Partner</p>	<p>Netzwerk Partner</p>	<p>Initiatoren:</p>
<p>EUROPEENNE EUROPEÏSCHE EUROPEA</p>	<p>Silber Partner</p>	<p>Media Partner</p>	<p>Technology Partner</p>	<p>europian</p>	<p>Das Schaufenster des Schweizer MICE-Geschäfts – ein «Must» für alle Veranstaltungs-Profis!</p>

Special Meetings | Incentives | Conventions | Events

Beilage zur Handelszeitung vom 10. April und 28. August 2014. Weitere Informationen: Telefon 043 444 58 42, Mail adi.frei@handelszeitung.ch