

eventbrite

2019

PULSE REPORT

DIE TRENDS DER DEUTSCHEN EVENTBRANCHE



JEDES EVENT IST EINZIGARTIG. DOCH HEBT SICH DEINES WIRKLICH VON DER MASSE AB?

Das Eventjahr 2018 ist vorüber, und für uns hat sich wieder einmal gezeigt, dass die Herausforderungen in der Branche so einzigartig sind wie ihre vielen spannenden Events selbst.

Egal, ob du ein Profi in Sachen Eventplanung bist und seit Jahren ein Outdoor-Festival oder eine Konferenz veranstaltest oder deinen ersten Yoga-Kurs ins Leben gerufen hast – der Wandel der Branche macht sich in allen Bereichen bemerkbar und bringt viele Erkenntnisse mit sich. Was im letzten Jahr selbstverständlich war, könnte in diesem bereits veraltet sein. Deshalb sind wir genauso gespannt wie du, welche Trends wir im Auge behalten werden und wie jeder Einzelne von uns zukünftig in diesem vielseitigen Markt am besten hervorstechen kann.

Genau deshalb haben wir in den vergangenen Monaten mit einer Vielzahl an Profis aus allen Bereichen der Industrie gesprochen, um das letzte Jahr zu reflektieren, aber auch um einen Blick nach vorne zu werfen und den vielen kleinen und großen Veränderungen der Zukunft entgegenzuschauen.

Welche Rolle spielt künstliche Intelligenz für mein Event? Muss ich demnächst ein größeres Team zusammenstellen, und was erwarten Besucher im kommenden Jahr eigentlich von meinen Locations, damit meine Events zu einem vollen Erfolg werden können?

Wage mit uns den Blick in die Glaskugel. Gemeinsam verschaffen wir uns einen Überblick über unsere Eventindustrie und so über die vielen Herausforderungen und Chancen für einzigartige Events und noch stärkere Teams in 2019.

Mit diesem Report ...

... möchten wir gemeinsam in ein neues Eventjahr starten und eine Vielzahl interessanter Aspekte der Industrie näher beleuchten. Es spielt keine Rolle, ob du schon seit Ewigkeiten in der Branche tätig bist oder erst vor Kurzem deine Reise begonnen hast. Wir sind uns sicher, dass für jeden und jede eine Menge „Aha“-Momente dabei sind.

Es erwarten dich ...

... Einblicke in die Aufgaben der Menschen, die tagtäglich in der Eventindustrie unterwegs sind.

... Details zum Aufbau der deutschen Eventlandschaft, von den Teamstrukturen bis zum Ticketing.

... Gründe für das Veranstellen von Events und wodurch die meisten Einnahmen und Ausgaben entstehen.

... Fakten zu den wichtigsten Marketingkanälen und welche Neuerungen dort beachtet werden sollten.

... Informationen zu Eventlocations und welche Faktoren den Besuchern dort besonders wichtig sind.

... Trends und Zukunftsaussichten, welche die Eventindustrie in diesem und den nächsten Jahren maßgeblich beeinflussen können.

Inhalt

Wir fühlen der Eventbranche in Deutschland den Puls	05
Eventland Deutschland? Ein Überblick	10
Wachstumsfaktoren der Eventbranche	14
Das Marketing der Zukunft	17
Trends 2019: Ein Blick in die Glaskugel	21
Worüber Veranstalter nicht nachdenken – es aber dringend sollten!	26
Fazit	28

Wir fühlen der Eventbranche in Deutschland den Puls

Im Zuge des globalen Pulse Reports 2019 haben wir 4.400 Veranstalter in den USA, den UK, Niederlanden, Luxemburg, Belgien, Spanien, Argentinien, Brasilien, Australien und Deutschland befragt. Diese Veranstalter organisieren alle Arten von Events wie Konferenzen, Festivals, Kochkurse oder Webinars. Hier ein kleiner Überblick über unsere Ergebnisse für Deutschland:

+380

Wir haben mehr als 380 Veranstalter
in Deutschland befragt

45%

von ihnen arbeiten in Teams
kleiner als fünf Leute

27%

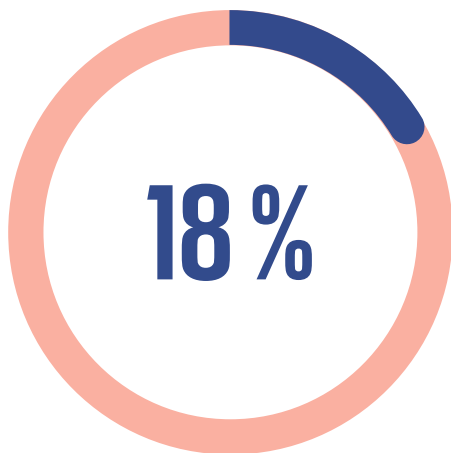
veranstalten mehr als
25 Events pro Jahr

3/4

von ihnen veranstalten Events mit dem Ziel, eine
Community zu bilden oder zu unterstützen

Die Teilnehmer unserer Umfrage, die in Deutschland Events veranstalten, sind Profis aus allen Bereichen der Branche und decken eine Vielzahl an Aufgaben, aber auch Funktionen innerhalb ihrer eigenen Unternehmen ab. Ein größerer Teil der Befragten arbeitet selbstständig oder als Freelancer in der Industrie (30 %), während viele der weiteren Befragten angegeben haben, im Namen von Unternehmen Events zu veranstalten (20 %) oder diese über eine professionelle Eventagentur direkt zu organisieren (20 %). Nur ein kleiner Teil der Befragten kommt aus nicht kommerziellen Einrichtungen z. B. aus Stiftungen (12 %) oder arbeitet selbst bei den Eventlocations (7 %) bzw. ist als Zulieferer für Events (3 %) beschäftigt.

Selbstständig zu sein muss jedoch nicht heißen, auch auf sich allein gestellt zu arbeiten. Während 18 % der Befragten in der Tat eigenständig unterwegs sind, kommt der weitaus größte Teil aus Unternehmen mit bis zu 1.000 Beschäftigten (69 %) und etwa 11 % aus noch größeren Organisationen.



der Veranstalter arbeiten eigenständig, ohne Team.

Eine Person – viele Hüte!

Welche Aufgaben spielen heute und in der Zukunft eine wichtige Rolle? Die Aufgabenfelder innerhalb aller Veranstaltungsbetriebe sind komplex und müssen in vielen Fällen übergreifend von einzelnen Personen abgedeckt werden. Eine Person – viele Hüte!



63%

sind für das Marketing
der Veranstaltung verantwortlich

61%

bemühen sich um einen reibungslosen
Ablauf des Events

58%

befinden sich auf der Suche nach
der nächsten Eventlocation

58%

verwalten das verfügbare Budget

HERAUSFORDERUNGEN FÜR 2019 UND LÖSUNGSANSÄTZE

Neben vielen weiteren Aufgaben – wie etwa der Verkäuferauswahl, der Betreuung der Social-Media-Kanäle oder der Akquise von Sponsoren und Partnern – hat sich für die Befragten 2018 eindeutig herausgestellt, in welchen Bereichen die größten Herausforderungen liegen.



Neue Besucher erreichen:

Die Nummer 1 unter den Herausforderungen für 2019 ist das Erreichen neuer Teilnehmer (62 %). Ganz klar, dass sich Veranstalter starke, innovative Marketingstrategien überlegen müssen, um diese Hürde zu meistern.



Unzureichendes Budget:

Mehr als die Hälfte (56 %) der Veranstalter gab an, dass ihre aktuellen Budgets zu klein sind. Umso wichtiger werden Wege und Tools zur Effizienzsteigerung bei der Eventplanung.



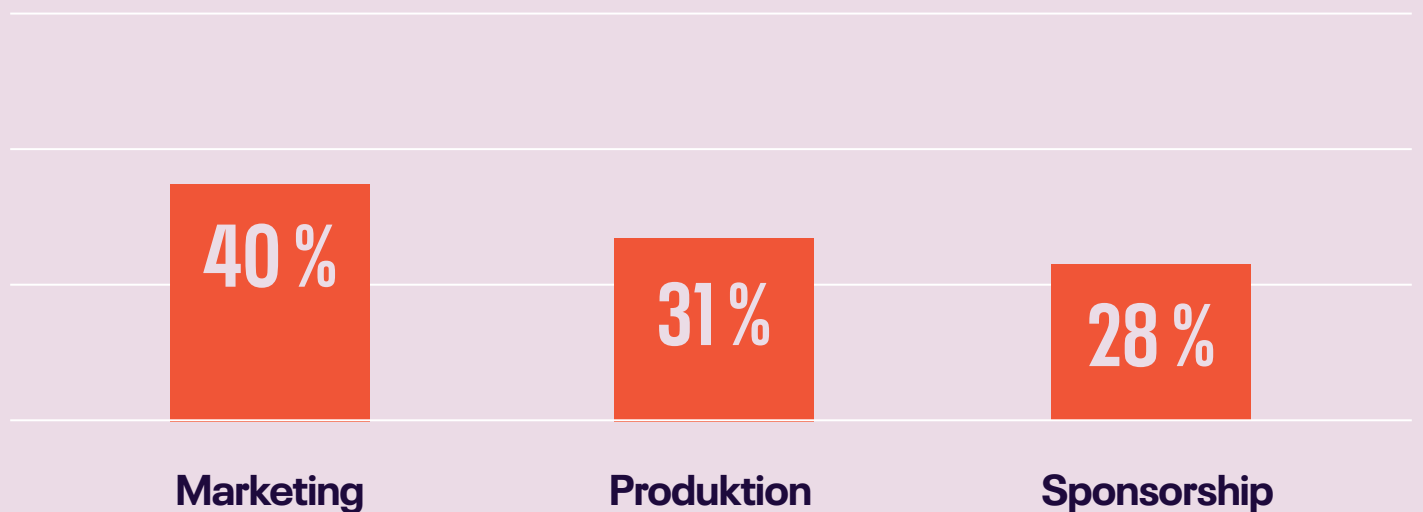
Datenschutz:

Neuerungen wie die Datenschutz-Grundverordnung aus dem Mai 2018 legen Veranstaltern Steine in den Weg. Insbesondere wenn es um die Bewerbung von Events geht, nennen 41 % der befragten Experten Datenschutz eine Herausforderung.

Die erfolgreiche Ansprache neuer Teilnehmer und die effiziente Verwaltung der oft zu kleinen Eventbudgets haben im vergangenen Jahr die größten Hürden in der Eventorganisation dargestellt. Gesucht werden daher smarte und innovative Wege, die eigenen Events zu bewerben und zielgerichtetes Marketing zu betreiben.

Unsere Veranstalter wurden außerdem gefragt, welche Positionen sie daher 2019 besonders verstärkt besetzen wollen.

Positionen, die 2019 besetzt werden sollen.

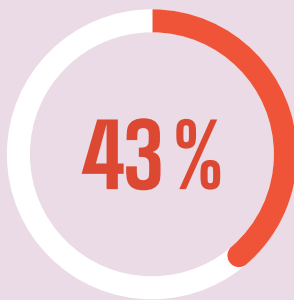


Der Bedarf an neuen Stellen in diesen Bereichen stellt eine klare Antwort auf die heutigen Herausforderungen in der Industrie dar. Ein zielgerichteteres und effizienteres Marketing in Verbindung mit neuen Technologien können hier Abhilfe schaffen.

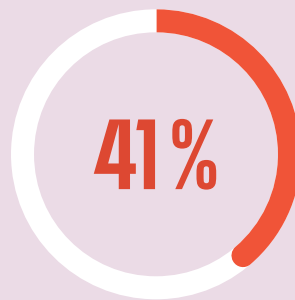
Wie in den folgenden Kapiteln zu lesen sein wird, ist die deutsche Eventbranche nicht nur im Finanziellen stabil, sondern kann sich auch auf ihr menschliches Kapital verlassen. Fast **72 %** aller Befragten geben an, mit ihrem Job im Eventmanagement **zufrieden** zu sein, und nur etwas mehr als **8 %** sind derzeit **unzufrieden**. Dieses beachtenswert hohe Maß an Zufriedenheit ist ein wichtiges Signal für die Branche und stimmt uns positiv, dass die genannten Herausforderungen gemeistert werden können.

Eventland Deutschland? Ein Überblick

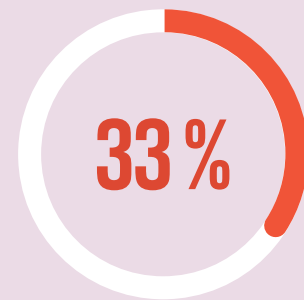
In Deutschland werden jedes Jahr Millionen von Events veranstaltet, egal ob für die Wirtschaft, die Künste, in der Unterhaltungsbranche oder der Gastronomie. Zu den häufigsten Events für die Teilnehmer unserer Umfrage zählen die folgenden Bereiche:



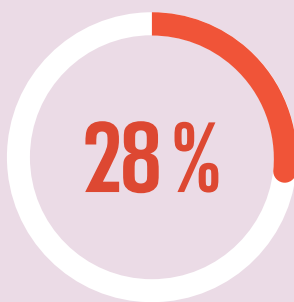
Trainings & Workshops



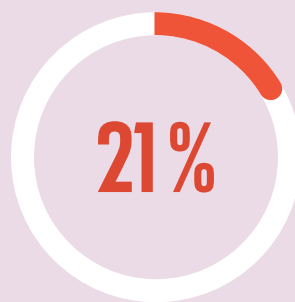
**Networking/Aufbau von
Geschäftsbeziehungen**



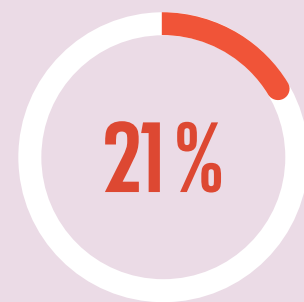
Musik



Kunst & Unterhaltung



Fachmessen

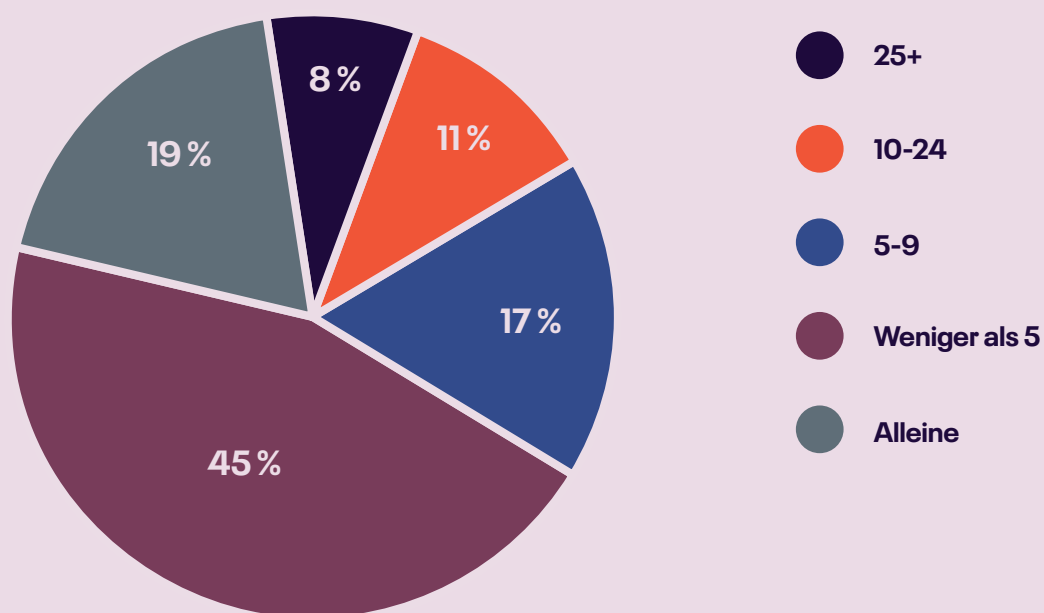


Essen & Trinken

Eine kleinere Rolle spielen dagegen Events in den Bereichen Bildung (Schulen, Universitäten 19%), Wissenschaft (19%) und Sport (13%).

Während unsere Befragten zum Teil aus größeren Firmen mit über 250 Angestellten kommen (19%), können die Event-Teams innerhalb einer Organisation weitaus kleiner sein.

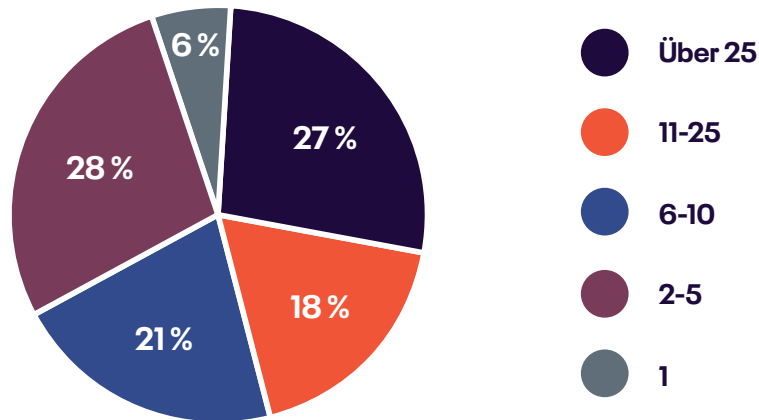
Größe der Event-Teams



Die Teamgrößen mögen auf den ersten Blick klein erscheinen, deuten im Gesamtkontext aber auf eine funktionierende Ressourcenverteilung hin. Denn wir erinnern uns, die meisten Veranstalter tragen viele verschiedene Hüte. Dennoch ergab unsere Umfrage auch, dass 41 % aller Befragten erwarten, dass ihr Event-Team im Jahr 2019 seine Größe beibehalten wird, während 28 % sogar davon ausgehen, das benötigte Personal im Event-Team zu verringern. Lediglich 20 % geben an, ihr Team in diesem Jahr zu vergrößern. Wir hoffen sehr, dass für die Kürzungen nicht der erhöhte Budgetdruck verantwortlich ist und sich 2019 nicht mehr Arbeit auf weniger Schultern verteilen wird.

Ein Faktor, der über die Vergrößerung oder Verkleinerung eines Teams entscheiden kann, ist die durchschnittliche Anzahl der veranstalteten Events pro Jahr und ob sich diese 2019 verändern wird.

Durchschnittliche Anzahl der veranstalteten Events pro Jahr



Fast die Hälfte (45 %) aller Teilnehmer der Umfrage hat angegeben, mehr als zehn Events pro Jahr zu veranstalten, und auch der Trend 2019 lässt darauf schließen, dass das reine Volumen an Events tendenziell steigend ist, mindestens jedoch gleichbleibend. Wenn fast 70 % der Event-Teams im kommenden Jahr gleich groß bleiben oder sogar entschlackt werden, entstehen mehr Herausforderungen an die Effizienz der Arbeitsprozesse und Eventplanung.

Eventwachstum im Vergleich zu 2018



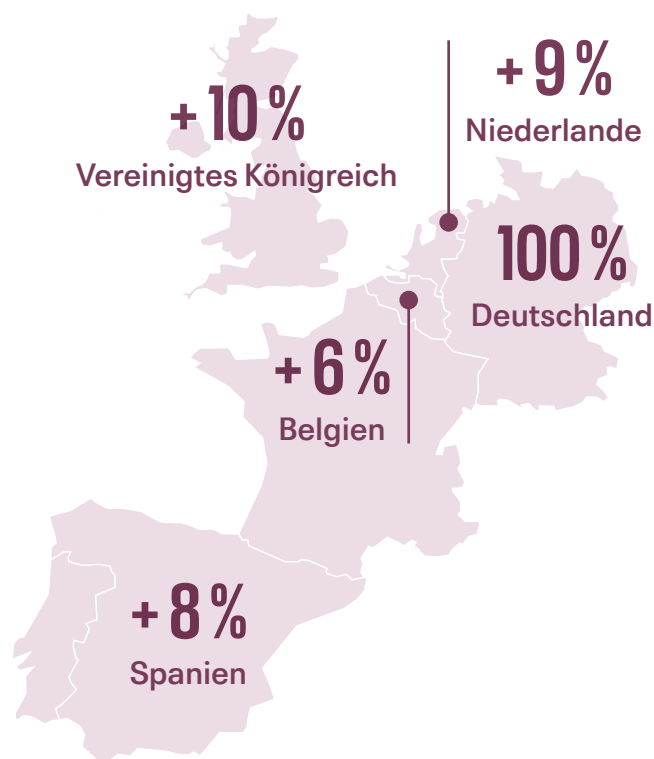
Viele Veranstalter sind auch international tätig: Während alle deutschen Teilnehmer der Umfrage Events in Deutschland organisieren, veranstalten viele von ihnen auch Events in unseren Nachbarländern oder sogar auf anderen Kontinenten.

Reichweite der Planung für deutsche Eventorganisatoren:



+13%

Vereinigte Staaten/
Kanada



⚡ — Brite-Tipp

Das Eventerlebnis beginnt mit dem Ticketkauf

Ganz egal, ob ein Event in Deutschland oder den Niederlanden stattfindet – oder es sich dabei um einen Yoga-Kurs oder ein Technofestival handelt –, die Besucher benötigen ein funktionierendes Ticketing-System. Denn Veranstalter sind nicht mehr nur dafür verantwortlich, vor Ort ein unvergessliches Event zu bieten, sondern auch dafür, den Ticketkaufprozess und Einlass so reibungslos wie möglich zu gestalten.

Während sich fast 18 % der Veranstalter auf eine interne Lösung verlassen und weitere 18 % keinen klar definierten Lösungen für ihren Kartenverkauf folgen, vertrauen über **44 %** aller Eventprofis auf **Ticketingpartner wie Eventbrite**.

Wer ein Event veranstaltet, folgt damit einem klar definierten Ziel. Natürlich muss das nicht immer finanzieller Natur sein. Doch warum genau veranstalten unsere Befragten Events? Was ist ihre Motivation?

53%

Aufmerksamkeit für
Brand/Anliegen

52%

Einnahmen
erzeugen

45%

Gemeinschaft
aufbauen

42%

Anerkennung für
Kunden/Partner

30%

Bildung/Training

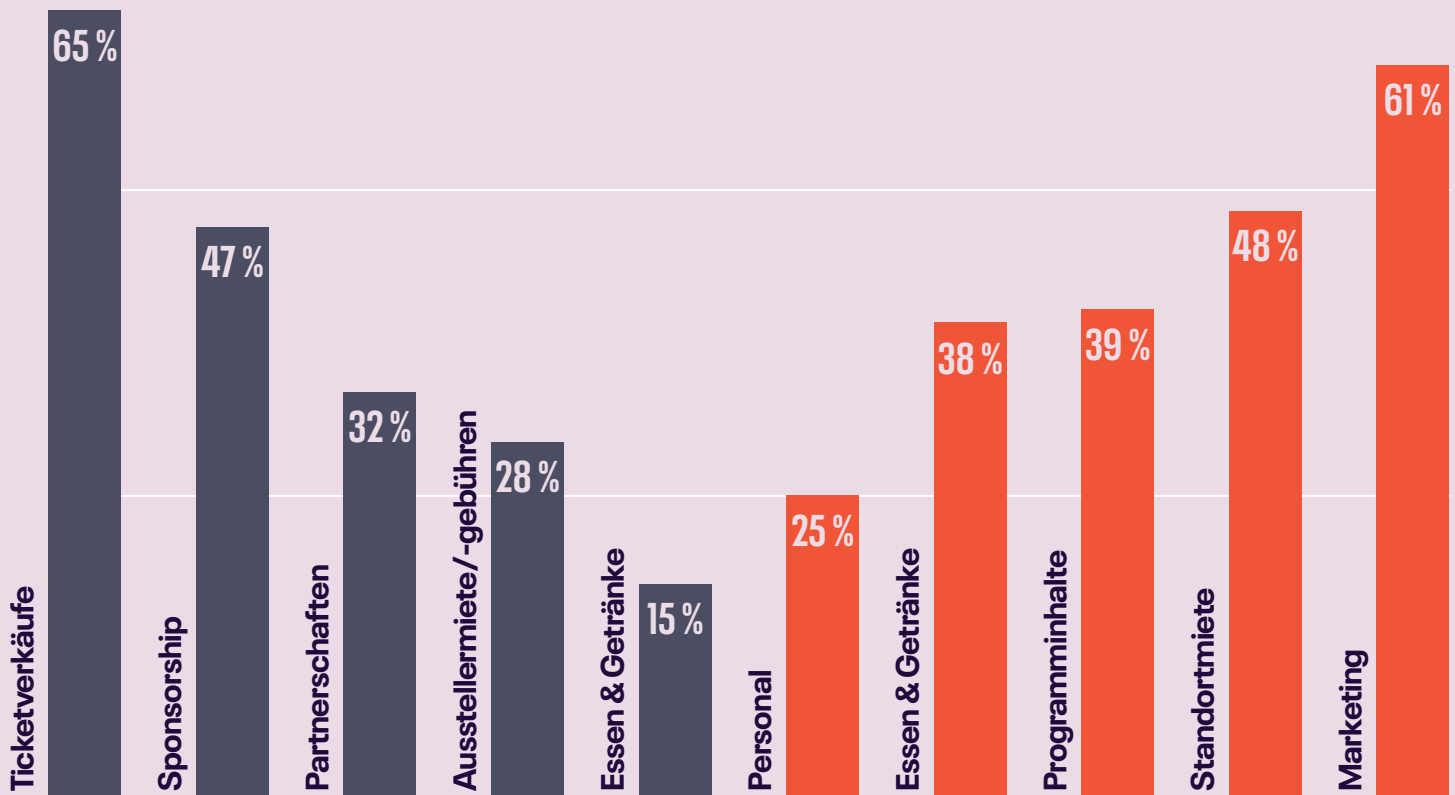
24%

Leads generieren

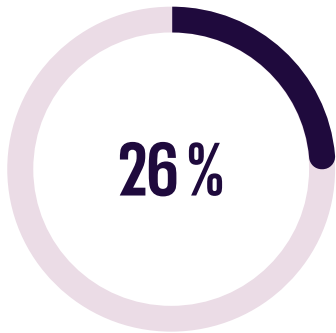
Während Einnahmen einen wichtigen Aspekt beim Veranstalten von Events darstellen, stehen gerade auch die sogenannten weichen, emotionalen bzw. nicht messbaren Faktoren, wie etwa der Aufbau von Aufmerksamkeit für eine Marke und das Stärken eines Gemeinschaftsgefühls, im Vordergrund.

Eindeutig messbar sind dagegen die generierten Gewinne am Ende eines Events, wenn die Einnahmen und Ausgaben miteinander verglichen werden. Hierbei ist zu sehen, dass der Ticketverkauf die größte finanzielle Stütze darstellt, aber Events auch sehr stark von Partnerschaften und Sponsorings getragen werden. Im Gegensatz dazu fallen die Kosten für das Event selbst weniger ins Gewicht als die Kosten für die Bewerbung davor.

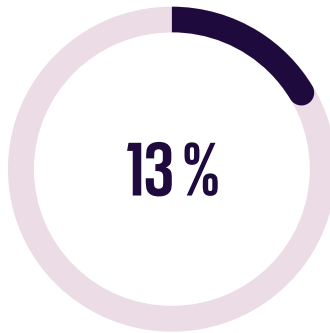
Einnahmen und Ausgaben



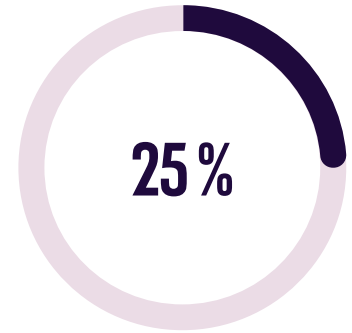
Dass zwei Drittel der Einnahmen durch Ticketverkäufe generiert werden, muss nicht für jeden in der Eventbranche gelten. Tickets zu verkaufen ist in vielen Fällen nicht zwingend notwendig und stellt nur einen kleinen Teil der Gesamteinnahmen dar.



generieren weniger als 20 % ihrer Einnahmen durch Ticketverkäufe.



verlassen sich zu 81 bis 100 % auf den Verkauf von Tickets.



bieten kostenfreie Tickets an.

Dass unsere befragten Veranstalter optimistisch gestimmt in die Zukunft blicken, konnten wir in den erwarteten Budgets für 2019 erkennen.

47 %

... gaben an, ihr durchschnittliches Eventbudget zu erhöhen.

38 %

... gaben an, dass sich ihr durchschnittliches Eventbudget nicht verändert.

6 %

... gaben an, ihr durchschnittliches Eventbudget zu verringern.

Die Vermarktung von Events stellte 2018 einen der größten Kostenpunkte für Eventmanager dar. Gleichzeitig sind Marketing und Promotion die einzige Hoffnung, mehr und vor allem neue Teilnehmer zu erreichen - und damit die Lösung der größten Herausforderung 2019. Speziell in Deutschland ist es wichtig, aber noch nicht selbstverständlich, alle seine Möglichkeiten in Sachen Eventvermarktung auszuschöpfen und immer auf dem neuesten Stand der Technologie und am Puls der Zeit zu bleiben.

Die drei größten Herausforderungen 2019:



Neue Besucher erreichen

47%



Unzureichende Budgets

39%



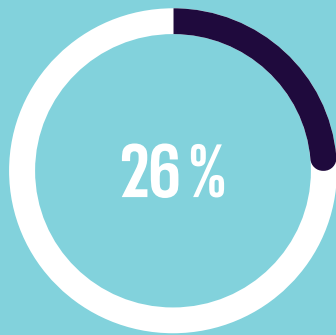
Erhöhter Wettbewerb

29%

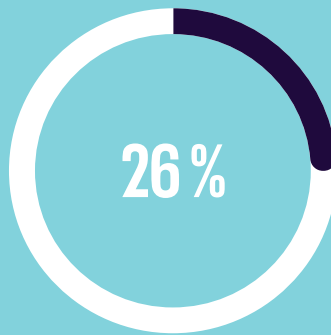
Eine effektive und effiziente Eventvermarktung kann allen drei Herausforderungen entgegenwirken. Sei es durch die gezielte und personalisierte Ansprache neuer Besucher, den Aufbau von starken Communitys oder die Nutzung neuer Marketingkanäle und Technologien.

DIE EFFEKTIVSTEN SOCIAL-MEDIA-TAKTIKEN 2018

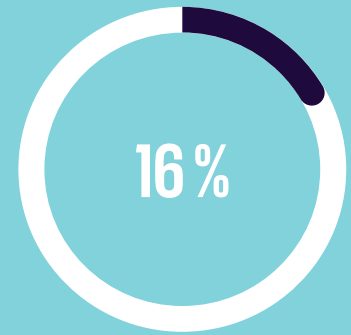
Das sind die drei effektivsten Ansätze der Umfrageteilnehmer für ihre eigene Eventvermarktung und -Promotion im vergangenen Jahr.



Mundpropaganda



Social-Media-Marketing



E-Mail-Marketing

Hinter dem Begriff „Social-Media-Marketing“ steht eine Vielzahl Kanäle, die von den Befragten folgendermaßen in ihrer Effektivität eingeschätzt wird.

Die Meinungen zur Effektivität gehen beim Thema Social-Media-Marketing auseinander. **35 %** aller Teilnehmer geben an, dass Social-Media-Marketing weiterhin sehr effektiv ist, während **33 %** keine Aussage darüber treffen können und **32 %** sagen, dass die Effektivität im Vergleich zur Vergangenheit abgenommen hat.

Die besonders effektiven Marketingkanäle – Social Media und Mundpropaganda – bieten viele Handlungsmöglichkeiten und befinden sich über die Jahre hinweg in einem ständigen Wandel. Mundpropaganda kann durch Influencer angetrieben werden, die ihre treuen Fans ansprechen und von ihnen weiterempfohlen und geteilt werden. Aber auch kreatives Guerilla Marketing sowie spannende Wettbewerbe können sogenannten „Buzz“ im und außerhalb des Internets kreieren.

In der Vermarktung von Events ist es oft wichtig, sich seiner eigenen Kanäle bewusst zu sein, und welche Möglichkeiten Inhalte bieten, die bezahlt werden müssen oder die man sich verdienen muss. Hier wird oft eine OSEP-Analyse zur Hilfe herangezogen, um das eigene Marketing zu erleichtern.

OWNED

Beschreibt die eigene Webseite, Social Media Auftritte, Magazine, Apps, etc.

SHARED

Entwicklung von Inhalten mit den eigenen Kooperationspartnern und Sponsoren

EARNED

Nutzen von Awards, Siegeln und Auszeichnungen, aber auch positiven Bewertungen

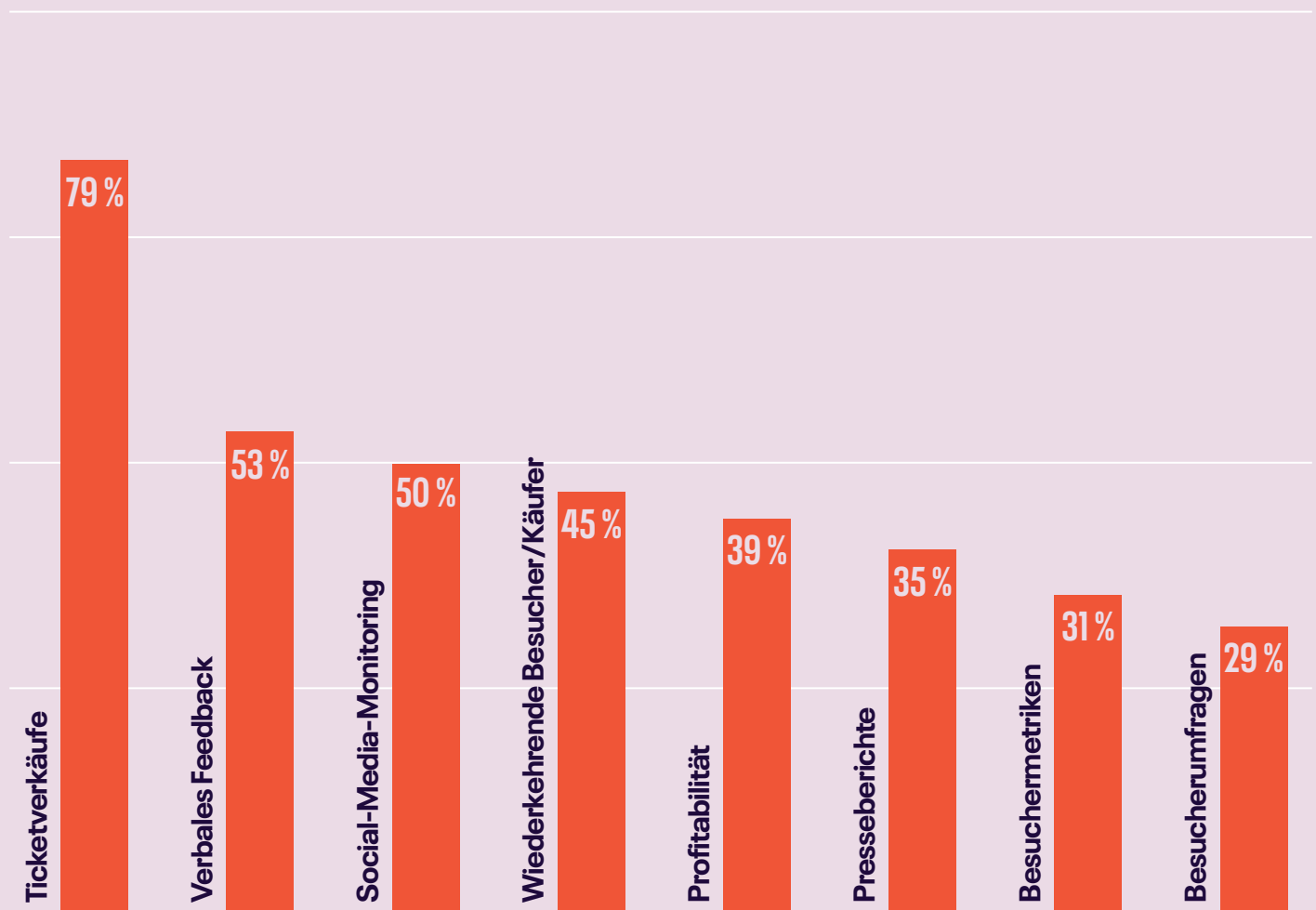
PAID

Bezeichnet sämtliche bezahlte Werbeinhalte im On- und Offlinebereich

Ständige Veränderungen in unserer digitalen Welt erfordern Flexibilität und den Aufbau eigener starker Marketingkanäle. Das Sammeln von Adressen für einen eigenen E-Mail-Verteiler und der Aufbau einer eigenen Community sind heutzutage unersetzlich, die „geliehenen“ Paid-Kanäle erweitern dagegen die eigene Reichweite durch Bezahlung um ein Vielfaches.

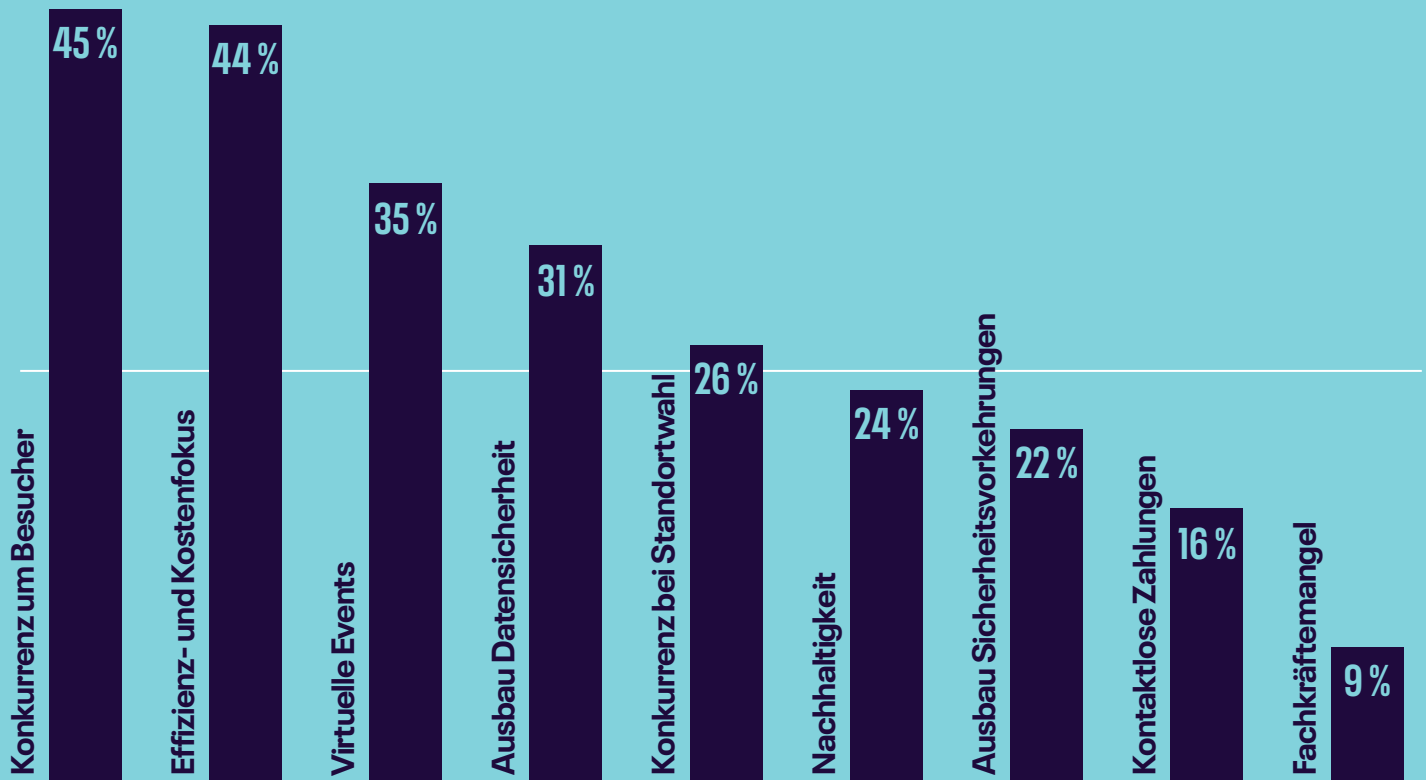
Jeder Erfolg oder Misserfolg im Bereich Marketing & Promotion wird auf irgendeine Art und Weise versucht, messbar zu machen. Die Teilnehmer unserer Umfrage haben die folgenden Metriken als die wichtigsten im Bereich der Erfolgsmessung definiert.

So messen Veranstalter ihren Erfolg

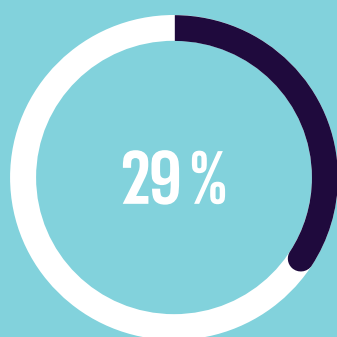


Trends frühzeitig zu erkennen ist einer der größten Indikatoren für zukünftigen Erfolg. Denn auch vor der Eventbranche machen technologische und gesellschaftliche Veränderungen keinen Halt. Wir haben die Teilnehmer unserer Umfrage gefragt, von welchen Trends sie die größten Auswirkungen im Eventjahr 2019 erwarten.

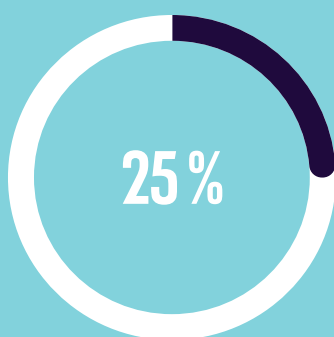
Diese Themen bewegen Veranstalter 2019



Ein aufmerksamer Leser dieser Studie erkennt sofort, dass die größten Trends 2019 auch die größten Herausforderungen für das Jahr widerspiegeln. Der Kampf um neue Besucher wird nicht nur vom gesteigerten Interesse gesteuert, sondern ist auch stark vom hohen Wettbewerbsdruck der Branche abhängig. Gleichzeitig wird der Fokus weiterhin auf der Optimierung von Prozessen und dem Einsatz effizienzsteigernder Tools liegen, um Kosten zu senken. Hierin sehen die Befragten ein gewisses Potenzial bzw. derzeitige Missstände. Viele der anderen Trends sind durch aktuelle gesellschaftliche Themen (Nachhaltigkeit, Datensicherheit, etc.) geprägt, aber auch durch technologische Veränderungen (virtuelle Events, kontaktlose Zahlungen). Während viele andere Branchen eine steigende Automatisierung als Gefahr für Jobsicherheit sehen, steht die Eventindustrie dem Thema neutral gegenüber.



glauben, das neue Technologien viele Jobs ersetzen werden.



gehen von keiner Veränderung durch neue Technologien aus.



glauben nicht, dass neue Technologien eine Gefahr für Jobs sind.

Egal, welche Vorurteile gegenüber neuen Technologien im Raum stehen, dass ein technologischer Wandel im Gange ist – welcher auch die Eventbranche beeinflusst –, steht außer Frage. 2019, aber sicher auch in den darauffolgenden Jahren könnten gerade folgende Technologietrends eine wichtige Rolle für Eventprofis spielen.

Von diesen Toptechnologien werden wir 2019 garantiert noch mehr hören:



Event Apps

Apps für Smartphones machen einem in vielen Bereichen das Leben leichter. Mit einer App für das eigene Event können Veranstalter grundlegende Vorgänge wie Bezahlungen und Registrierungen erleichtern. Auch das Programm und ein Lageplan des Events lassen sich so mit interaktiven Zeitplänen und Standortkarten visualisieren. Eine Event App kann auch zum Sammeln von Kontakten bzw. Business Leads genutzt werden oder um mit interessanten Inhalten über längere Zeit eine starke Community aufzubauen.

⚡ **Setze es um:** Wusstest du, dass du auch mit Eventbrite und seinen vielen Partnern eine eigene Event-App erstellen kannst? [Erfahre hier mehr!](#)



Bargeldloses Zahlen

Natürlich sind EC- und Kreditkarten keine neue Technologie, aber moderne, reibungslose, effiziente und vor allem auch sichere Bezahlvorgänge ohne Bargeld werden immer beliebter. Teilnehmer müssen zukünftig nicht mal mehr ihre Karten aus dem Geldbeutel holen: Mit sogenannten RFID-Armbändern können sie bequem auf ihr Konto zugreifen und vor Ort mit einer einzigen Armbewegung Merchandise ihrer Lieblingsband kaufen oder ihr Mittagessen bezahlen.

⚡ **Setze es um:** Um erfolgreich in die Zukunft zu starten und dein Event komplett bargeldlos aufzuziehen, brauchst du einen starken Partner. Das Equipment und die Software für bargeldlose Bezahlssysteme auf deinem Event stellen dir Eventbrite und seine Partner zur Verfügung. [Erfahre hier, wie das funktioniert!](#)



Livestreaming

Teilnehmer müssen nicht immer live vor Ort sein, sondern können sich mit Hilfe von Livestreams jederzeit und von überall auf der Welt einloggen, um an allen möglichen Programmpunkten und Shows teilzunehmen – egal ob von der Couch oder vom Büro aus.

⚡ **Setze es um:** Um mit dem Livestreaming neue Besuchergruppen zu erschließen, brauchst du keine Millionen. [Lies hier, wie du damit loslegst!](#)

Ein entscheidender Faktor ist auch, dass existierende Technologien zunehmend ausgereifter werden. 23 % der befragten Veranstalter möchten daher, im Vergleich zu 2018, in diesem Jahr Videodrohnen einsetzen (+26 %), 8,5 % Augmented Reality (+22 %), 7 % künstliche Intelligenz (+80 %) sowie 8,5 % Hologramme und 3-D-Projektionen (+83 %).

Auf Erfolgskurs in Richtung Zukunft – doch wie kann ich diesen Erfolg messen?

Wenn man interessante neue Technologien verwendet, kommt schnell die Frage auf, ob sich diese Experimente denn auch wirklich lohnen. Messbarkeit ist daher eines der größten Themen in diesem Zusammenhang und derzeit leider noch unterentwickelt. Je mehr Möglichkeiten hier Realität werden, desto smarter kann auch die Eventplanung ablaufen. Aktuell nutzen nur 29 % der Veranstalter Onlineumfragen, 50 % messen über Social-Media-Reichweiten und -Interaktionen ihren Erfolg, und 45 % werten ganz klassisch aus, wie viele ihrer Besucher zum wiederholten Male erschienen sind. Hier besteht auf jeden Fall viel Luft nach oben, sodass in Zukunft noch mehr Veranstalter clevere und datengestützte Aussagen über den Erfolg ihres Events machen können.



Onlineumfrage

29%



Social-Media-Reichweite

50%



Wiederkehrende Teilnehmer

45%

Eine wichtige Technologie in dem Bereich kann das sogenannte **Geofencing** sein, über das ein bestimmter physischer Bereich abgegrenzt wird (bspw. die Eventlocation) und sämtliche von dort kommende Unterhaltungen über soziale Medien ausgewertet werden können. Natürlich kann das Geofencing daraufhin noch weiter auf soziodemografische Merkmale der einzelnen Besucher heruntergebrochen werden. Die immer besser werdenden „**Wearables**“, also Smartwatches oder RFID-Armbänder, messen mit, in welchen Bereichen sich Besucher aufhalten, was für Interessenprofile sich daraus ergeben und welche weiteren Inhalte für sie interessant sein könnten oder mit welchen anderen Menschen sie womöglich besonders gut zurecht-kommen würden.

Worüber Veranstalter nicht nachdenken – es aber dringend sollten!

Datensicherheit, Brandschutz und Nachhaltigkeit sind Themen, die für Veranstalter essenziell sind – jeder von ihnen sollte sich mit ihnen beschäftigen. Doch zu wenig Eventexperten scheinen das zu tun. Wir wissen, dass das bei dem immer größer werdenden Druck in der Branche und dem Ziel, immer neue Teilnehmer zu gewinnen, schwer zu priorisieren ist.

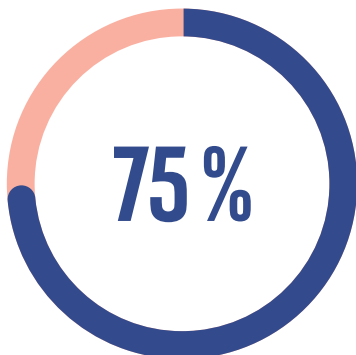
Nachhaltigkeit in der Eventbranche (5%)

Doch besonders der Bereich Nachhaltigkeit entscheidet nicht nur über die Zukunft deines Events, sondern die unserer Erde. Leider haben nur 5 % der Veranstalter weltweit in unserer Umfrage gesagt, dass Nachhaltigkeit bei ihnen im kommenden Jahr eine Rolle spielen wird. In Deutschland haben immerhin 24 % der Veranstalter Nachhaltigkeit als Trend genannt. Denn Massen an Plastikflaschen, die die Umwelt nicht schützen, sondern nachhaltig belasten, verschrecken Teilnehmer. Umfragen haben ergeben, dass 75 % der Konsumenten ihre Kaufentscheidungen heute von der Nachhaltigkeit ihres Kaufs abhängig machen.



Hier sind drei Tipps, mit denen du dein Event ab sofort nachhaltiger veranstalten kannst:

- **Wähle eine nachhaltig betriebene Eventlocation.** Achte darauf, dass deine Location gut mit den öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen ist und (für Events im Sommer) ausreichend sichere Fahrradstellplätze zur Verfügung stehen. Wenn deine Traumlocation leider doch nicht so gut angebunden ist, dann biete deinen Teilnehmern doch einen Bus-Shuttleservice von verschiedenen Orten zu deiner Location an. Oft reicht es schon, deinen Teilnehmern eine Carsharing-Plattform zu empfehlen, so können sie sich für die Anreise zusammentun.
- **Biete die Möglichkeit zu recyceln und zu kompostieren.** Gehe sicher, dass du auf deiner Location genügend Mülltonnen platzierst und dass diese gut markiert sind. So machst du es deinen Teilnehmern einfach, Müll zu trennen. Du kannst noch einen Schritt weiter gehen und Komposteimer anbieten, in die sie ihren Restmüll entleeren. Deine Besucher werden dein Engagement sicher bemerken und in Erinnerung behalten!
- **Arbeite mit einem nachhaltigen Caterer.** Wenn du auf deinem Event Essen anbietest (und seien es nur Snacks), zeig dass du fair und umweltfreundlich denkst. Arbeite mit Caterern und Anbietern, die regionale Produkte verwerten, auf Plastik verzichten und kompostierbares Geschirr und Besteck verwenden. Eine tolle Idee ist es auch, Trinkwasserstationen aufzubauen und deine Teilnehmer zu animieren, ihre Flaschen dort aufzufüllen, um Flaschenmüll zu vermeiden. **Bonus Tipp:** Bleibt am Ende Essen übrig? Dann erkundige dich nach Organisationen, die Essensspenden entgegennehmen.



der Konsumenten denken bei ihrer Kaufentscheidung auch an das Thema Nachhaltigkeit.

FAZIT

Egal, welche Trends dominieren und welche Herausforderungen sich im Handumdrehen überwinden lassen oder nicht - wir glauben fest, dass 2019 ein wichtiges und erfolgreiches Jahr für Veranstalter sein wird. Es wurde deutlich, dass selbst Veranstalter mit ein bisschen Umdenken einen großen Teil zu einer nachhaltigeren Gesellschaft beitragen können. Deshalb sind 2019 die Veranstalter besonders erfolgreich, die ein offenes Ohr für die Bedürfnisse ihrer Teilnehmer und keine Angst vor Veränderungen haben.

eventbrite

Hunderttausende Veranstalter nutzen Eventbrite für Events aller Art*. Mit unserer Technologieplattform kannst du deine Veranstaltungen effizient planen, vermarkten und produzieren und dabei Kosten senken, deine Reichweite erhöhen und mehr Tickets verkaufen.



Steigere deine Umsätze

Bewirb dein Event dort, wo deine Teilnehmer sind: z.B. auf Facebook, Spotify, Instagram oder unserem Online-Marktplatz. Dank unserer Partnerintegrationen ist das kein Problem.



Einfache Eventplanung

Mit Eventbrite kannst du dein Event überall und von jedem Gerät aus vermarkten, verwalten und analysieren.



Dein Kunde ist König

Einfacher Ticketkauf + Tickets im Wunschformat + schneller, reibungsloser Einlass = glückliche Teilnehmer.

Weitere Informationen findest du auf www.eventbrite.de

Wenn du wissen willst, wie Eventbrite dir dank eines leistungsstarken Partnernetzwerks bei der Ansprache neuer Zielgruppen helfen kann, erreichst du uns [hier](#) oder unter 0800 180 1590.

*Basierend auf mehr als 700.000 Veranstaltern in 2017