

## **Umfrage der Roadtrack AG zu Trends im Event-Bereich**

### **Events in außergewöhnlichen Locations erfreuen sich großer Beliebtheit /**

#### **Preis spielt eher eine untergeordnete Rolle**

Frankfurt am Main, 21. August 2008. **Ob klassische Tagungshotels, moderne Szene-Bars, nostalgische Schlösser und Burgen oder Wolkenkratzer mit einer atemberaubenden Aussicht – die Auswahl an Event-Locations ist heutzutage vielfältiger denn je. Doch welche Veranstaltungsorte liegen zurzeit im Trend? Eine aktuelle Umfrage der Full-Service-Eventagentur Roadtrack AG<sup>1</sup> zeigt auf, welche Locations bei in Deutschland ansässigen Unternehmen für die Veranstaltung von B2B-Events besonders angesagt sind und was eine Trend-Location auszeichnet.**

Auch in Zeiten von Telefon- und Videokonferenzen, E-Mails und dem Inter- und Intranet, den heutzutage gängigen Kommunikationskanälen im Geschäftsbereich, ist der persönliche Kontakt zu Mitarbeitern und Kunden unerlässlich. Daher dienen Events für Unternehmen in erster Linie der Kundenbindung und -aktivierung – dies gaben 73 % der Befragten an – und der Mitarbeiterbindung/ Incentivierung (50 %). Zudem nutzen mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer (54 %) Events, um ihren Kunden neue Produkte vis-a-vis vorzustellen. Dabei zeichnen sich folgende Trends – insbesondere bei der Auswahl der Locations – ab.

#### **Top: Events in außergewöhnlichen Locations**

Für fast alle befragten Unternehmen (94 %) gehören Events in außergewöhnlichen Locations zu den aktuellen Top-Trends im Event-Bereich. Ebenfalls im Trend liegen Veranstaltungen mit einer kleineren Teilnehmerzahl und einer persönlichen Atmosphäre (74 %) sowie Mitmach-Events (70 %), wie zum Beispiel Kochveranstaltungen. Für ihre eigenen Veranstaltungen suchen gut zwei Drittel der Unternehmen (67 %) normalerweise gezielt ungewöhnliche Locations aus, um ihre Veranstaltungen aufzuwerten. Dabei spielt der Preis bei der Auswahl des Veranstaltungsortes eine eher untergeordnete Rolle. So liegen für fast die Hälfte der Befragten (45 %) Events, die auf das Wesentliche reduziert sind und nur mit einem geringen Budget organisiert werden, auch nicht im Trend.

---

<sup>1</sup> Umfrage unter 201 in Deutschland ansässigen Unternehmen aus unterschiedlichen Branchen, darunter hauptsächlich Banken, Finanzdienstleister, Immobilienunternehmen, Versicherungen sowie Kommunikationsagenturen. Zeitraum der Befragung: Juni 2008.

## **Hoch im Kurs: alte Fabrikgebäude, Schlösser und Burgen**

„Wie unsere tagtägliche Arbeit zeigt, nutzen Unternehmen zwar nach wie vor auch noch klassische Locations für ihre Veranstaltungen, wie z.B. Tagungsstätten oder Hotels. Wir merken jedoch, dass immer stärker auch außergewöhnliche Orte angefragt werden“, sagt Kai Lauterbach, Gründer und Vorstand der Roadtrack AG und Geschäftsführer von LocationCinema. Dies bestätigen auch die Umfrageergebnisse. Die Nummer eins unter den aktuellen Trend-Locations sind alte Fabrikgebäude (81 %), dicht gefolgt von historischen Gebäuden, Schlössern, Kirchen und Burgen (77 %) und Locations mit einem Skyline-View, wie Hochhausdächer oder Funktürme (70 %). Ebenfalls beliebt und für viele verschiedene Anlässe geeignet sind auch Kinos. Für 86 % der Unternehmen muss eine trendige Location den Gästen etwas Neues bzw. Außergewöhnliches bieten. Auf die Frage, ob einfache Hotels mit bundesweiter Repräsentanz im Trend liegen, antworteten hingegen mehr als die Hälfte der Befragten (60 %) mit „stimmt nicht“. Zu den am wenigsten angesagten Locations zählen aber auch Flughäfen, Bahnhöfe und Roadshowtrucks auf öffentlichen Plätzen. Die Locations, die ihrer Meinung nach im Trend liegen, würden Unternehmen auch gerne für ihre eigenen Veranstaltungen nutzen. Überraschend ist, dass für die meisten befragten Unternehmen die Bekanntheit des Veranstaltungsorts durch Großereignisse kein wichtiges Kriterium bei der Auswahl einer Trend-Location ist. Dies ist in sofern ein erstaunliches Ergebnis, da es der vorherrschenden Meinung widerspricht, dass zum Beispiel die Fußball-WM-Stadien tolle Eventlocations sein müssten.

„Die Ergebnisse unserer Umfrage zeigen, dass Unternehmen zunehmend von unpersönlichen 08/15-Events absehen. Vielmehr stellen sie hohe Ansprüche an ihre Events und die jeweiligen Locations, um ihren Kunden und Mitarbeitern etwas Neues und eine besondere Atmosphäre zu bieten“, fasst Kai Lauterbach zusammen.

### **Über Roadtrack:**

Die Roadtrack AG ist eine Full-Service-Eventagentur mit Hauptsitz in Frankfurt am Main. Das Leistungsspektrum der Agentur reicht von der Kreation und Konzeption über die Planung und Organisation bis hin zur Durchführung jeder Art von Veranstaltungen vor Ort – das Team unter der Führung von Agnieszka Zwiefka und Kai Lauterbach kann auf jahrelange Erfahrung mit über 7.500 durchgeführten Veranstaltungen verweisen. Im Vordergrund steht der Umsetzungsgedanke. Weitere Kernkompetenzen des Frankfurter Unternehmens sind die Organisation und Durchführung von Roadshows sowie die Auswahl außergewöhnlicher Locations. Weitere Informationen unter [www.roadtrack.de](http://www.roadtrack.de)

### **Pressekontakt:**

ZPR GmbH  
Dagmar Ungnad  
Kanalstraße 38  
22085 Hamburg  
Tel: 040-29 81 35-17  
Fax: 040-29 81 35-29  
E-Mail: [dagmar.ungnad@z-pr.de](mailto:dagmar.ungnad@z-pr.de)  
Web: [www.z-pr.de](http://www.z-pr.de)