

Unternehmen / Organisation / Events / Studie
Presseinformation

Invitario-Studie 2022

Business-Events für Unternehmen immer wichtiger. Studie zeigt geringe Aufmerksamkeit bei Online-Events.

Frankfurt/Wien, 01.09.2022 | Die Art und Weise, wie Unternehmen Veranstaltungen für Kunden, Partner oder Mitarbeiter organisieren, hat sich in den vergangenen zwei Jahren radikal verändert. Gerade während der Pandemie bestimmten Online-Events stark das Geschäftsleben und brachten zahlreiche Vorteile, aber auch Nachteile mit sich. Das Unternehmen Invitario, eine SaaS-Plattform für das Eventmarketing von Unternehmen, erfasste im Rahmen einer Umfrage den Status quo und das Stimmungsbild von Business-Events, einem der wichtigsten Kommunikationsinstrumente im B2B-Marketing. Auch die Art und Weise, wie Business-Events von deren Teilnehmern wahrgenommen werden, wurde im Rahmen der Umfrage abgefragt. „Live-Events erleben ein großes Comeback und werden als wichtigste Eventart gesehen – virtuelle Eventformate bleiben aber dennoch ein wichtiger Bestandteil im Eventportfolio von Unternehmen“, sagt Christoph Hütter, Co-Founder und Geschäftsführer Invitario.

Laut der Invitario Studie planen Unternehmen für die kommenden 12 Monate tendenziell deutlich mehr oder zumindest gleich viele Business-Events als im Jahr vor der Pandemie. „Es gibt jedoch einen Trend in Richtung kleinerer Veranstaltungen mit weniger Teilnehmern. Gerade das Networking ist das wichtigste Ziel bei Business-Events – sowohl für Unternehmen als auch den persönlichen beruflichen Erfolg der Teilnehmer“, so Stefan Grosse, Co-Founder und Geschäftsführer Invitario. Bei hybriden Veranstaltungen zeigten die Studienteilnehmer eine klare Präferenz für die Teilnahme vor Ort. Mehr als die Hälfte (53 %) bevorzugt die Teilnahme vor Ort und nur 5 % wollen grundsätzlich lieber virtuell dabei sein. Die übrigen 42 % machen ihre Entscheidung von der Veranstaltung abhängig.

Online: Kaum Aufmerksamkeit, aber Wunsch nach mehr Interaktion

Jede Eventart punktet bei den Teilnehmern mit unterschiedlichen Kriterien, die sich diametral zueinander verhalten: Während laut der Studie Networking und die emotionale Erfahrung die beiden entscheidenden Faktoren für die Teilnahme an einem klassischen Live-Event sind, sind das genau jene Punkte, bei denen Online-Events am schlechtesten abschneiden. Laut den Studienautoren gilt für Online-Events: „Networking funktioniert aus Sicht der Teilnehmer nicht, dafür aber die Vermittlung von Wissen“. Zwei Drittel (66 %) bewerten die Vermittlung von Inhalten als sehr gut (12 %) oder eher gut (54 %) und nur 6 % sind damit nicht zufrieden. Auch die technische Qualität wird positiv bewertet. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer empfindet diese als sehr gut (11 %) oder gut (48 %).

Dennoch sind Online-Events für die Studienteilnehmer kein Ersatz für Präsenzveranstaltungen. Die größten Schwächen von Online-Events liegen laut den Befragten in den eingeschränkten Möglichkeiten für Networking und Interaktion mit anderen Veranstaltungsteilnehmern und dem Gastgeber. Über zwei Drittel (67 %) bewerten die beschränkten Möglichkeiten zur Interaktion während eines virtuellen Events als sehr schlecht (38 %) oder eher schlecht (29 %).

Stefan Grosse, Co-Founder und Geschäftsführer Invitario sieht die eingeschränkten Möglichkeiten der Interaktion als einen der Hauptgründe für das schlechte Abschneiden von Online-Events bei der Aufmerksamkeit der Teilnehmer: So geben 96 % (!) der Teilnehmer von Online-Events an, sich nicht voll auf den Inhalt der Veranstaltung zu konzentrieren. Am häufigsten wird nebenbei im Internet gesurft, Social Media konsumiert, telefoniert oder es werden E-Mails geschrieben.

Hinweis zur Methodologie

An der von Invitario durchgeführten Studie haben sich im Zeitraum von Juni bis Juli 2022 insgesamt 344 Personen aus DE/AT beteiligt. Die Teilnahme an der Studie war aus einer der folgenden Perspektiven möglich: Unternehmen als Veranstalter von Business-Events, Dienstleistungsunternehmen der Eventbranche oder als Teilnehmer von Business-Events. Das Studiendesign sowie die Auswertung erfolgten in Zusammenarbeit mit Dr. Andreas Baierl, Wissenschaftler und Vortragender am Department of Statistics and Operations Research der

Universität Wien. Aufgrund des offenen Studiendesigns mittels Online-Befragung haben die Ergebnisse keinen repräsentativen oder wissenschaftlichen Charakter. Das Ziel der Studie war die Erhebung aktueller Trends im Eventmarketing, um ein besseres Verständnis über die Rolle und Bedeutung von Veranstaltungen im geschäftlichen Kontext von Unternehmen zu erhalten.

Die gesamte Studie ist ab Mitte kommender Woche kostenlos abrufbar unter invitario.com/studie22

Mehr zu Invitario unter invitario.com

ENDE

Copyright Bildmaterial

Abdruck honorarfrei (zeitlich unbeschränkt)

Alle Bilder: Invitario / Micah Fertig

Über Invitario

Invitario ist ein SaaS-Startup mit Niederlassungen in Frankfurt und Wien, das die Art und Weise revolutioniert, wie Unternehmen mit ihren Stakeholdern über virtuelle, hybride und Live-Events in Kontakt treten.

Veranstaltungen sind das wichtigste Kommunikationsinstrument für Unternehmen, um Beziehungen zu pflegen, Interaktion zu ermöglichen und das Wachstum zu beschleunigen. Mit unserer Plattform verhelfen wir Unternehmen aller Größen und Branchen sowie öffentlichen Einrichtungen mit intelligenten und automatisierten Workflows zu einem effektiven und effizienten Eventmarketing.

Durch die Integration von Event- und Teilnehmerdaten in die 360-Grad-Betrachtung aller Vertriebs- und Kommunikationsmaßnahmen, verwandeln wir Events in das stärkste Marketinginstrument von Unternehmen.

Rückfragehinweis Presseinformation

Mag. Karol Walter Nuhn

skyrocketX communications

+43 650 525 42 12

karol@skyrocketx.com

www.skyrocketx.com

Rückfragehinweis Invitario

Olga Hartinger

Unternehmenskommunikation

o.hartinger@invitario.com