



August Moderer, Präsident des Europäischen Verbandes der Veranstaltungs- und Kongresszentren EVVC, über die Rolle von Inszenierungen und Emotionen bei Kongressen, die Lobbyarbeit des EVVC bei der Bundesregierung, das Rauchverbot, den geplanten Verkauf von Funkfrequenzen und Salzburg als Messe-Standort.

**mep: Sind Kongresse und Tagungen reine Veranstaltungen zum Wissenstransfer oder spielen dabei auch Inszenierungen und Emotionalisierungen im Sinne des Eventmarketings eine Rolle?**

Moderer: Das gehört beides zusammen. Bei Kongressen und Tagungen ist das Rahmenprogramm mittlerweile wichtiger geworden als die Vorträge selbst. Sie können heute jede Information über jedes Wissensgebiet in kurzer Zeit über das Internet abrufen. Allerdings – und das betrifft die Zukunft unserer Branche – sehnen sich die Menschen immer mehr danach, sich zu treffen. Gerade weil wir alle so vernetzt sind, dass wir alles erledigen können, ohne uns zu sehen und uns zu berühren, sind Kongresse und Tagungen so wichtig geworden – für die Kommunikation innerhalb der Unternehmen,

aber auch in der Wissenschaft. Allerdings reicht es heute nicht mehr, einfach einen Kongress mit Stuhlreihen zu organisieren, sondern jede Veranstaltung muss inszeniert sein.

**mep: Worin bestehen die wichtigsten Unterschiede zwischen dem deutschen und dem österreichischen Markt für Meetings, Kongresse und Events?**

Moderer: Das ist im Prinzip ein Markt. Allerdings unterschätzen die österreichischen Kollegen die Bedeutung des deutschen Marktes für sich selbst. Wenn ich in Österreich ein Kongresszentrum leiten will, muss ich mit bedeutend mehr Akquisetätigkeiten den deutschen Markt bearbeiten. Der deutsche Markt ist mit Abstand der stärkste Markt Europas im Bereich des Auslandsgeschäfts. Großbritannien, Spanien, Frank-

## „Salzburg ist als Destination für alles gut geeignet!“

reich – diese Länder haben alle einen starken nationalen Markt, aber es gibt keinen Markt, der so stark international ausgerichtet ist, wie der deutsche. Nur die Wiener kümmern sich intensiv um den deutschen Veranstaltungsmarkt, aber die Österreicher insgesamt müssen wissen, dass hier das größte Potenzial an Kunden liegt. Es kommt noch hinzu, dass die Deutschen generell Österreich-freundlich sind. Ich nenne das den „Rudi-Carrell-Effekt“. Sie kennen uns vom Urlaub, vom Skifahren, vom Jagertee-Trinken und deswegen sind die Deutschen sehr dankbare Klienten.

**mep: Der EVVC kooperiert mit Veranstaltungs-Dienstleistern als Partnerunternehmen. Was sind die wichtigsten Kriterien für die Auswahl dieser Dienstleister?**

Moderer: Wir bieten verschiedenste Dienstleistungen an von der Managementberatung über die Rechtsberatung und die verschiedensten anderen Arten von Dienstleistungen. Als ich vor sieben Jahren mit meinem jetzigen Vorstand diesen Verband übernommen habe, waren unsere Mitglieder ausschließlich Veranstaltungs-

zentren. Wir haben uns damals gesagt: Wir können nicht die ganze Zeit im eigenen Saft schmoren, sondern wir müssen die gesamte Branche miteinbeziehen. Das ist uns in den letzten Jahren sehr gut gelungen. Wir haben mittlerweile fünfzig Partner aus diesem Bereich bei dreihundert Veranstaltungshäusern als Mitgliedern. Bei unserer Jahreshauptversammlung, der Management-Fachtagung, haben unsere Mitglieder die Gelegenheit, mit unseren Partnern in Kontakt zu treten.

**mep: Seit einiger Zeit verfügt der EVVC mit Dr. Hubert Koch über einen Interessenvertreter in Berlin. Auch Sie selbst hatten schon Gelegenheit mit Vertretern von Bundesregierung und Bundestag zu sprechen. Was waren die wichtigsten Themen, Erkenntnisse und Ergebnisse dieser Gespräche?**

Moderer: Das Dramatische ist, dass unser Branche von der Politik gar nicht wahrgenommen wird. Wir haben unsere Arbeit zunächst auf die deutsche Bundespolitik konzentriert, weil hier der Kernbereich unserer Mitglieder liegt. Hier gib es eigentlich niemanden, der für uns zuständig

# RÖDER - Zeltsysteme Sport-Events 2008



EVVC-Präsident August Moderer trifft den Tourismuspolitischen Sprecher der Bundesregierung Ernst Hinsken.

ist. Es gibt den Tourismuspolitischen Sprecher der Bundesregierung, den Herrn Hinsken, und es gibt die Vorsitzende des Tourismusausschusses im Bundestag, die Frau Mortler. Aber das hat alles mit Tourismus zu tun. Wir stoßen bei den Politikern sofort auf Gehör, wenn wir von Wertschöpfung, Umweg-Rentabilität und Wirtschaftlichkeit der Veranstaltungszentren reden. Die meisten unserer Unternehmen – und das ist weltweit so – sind Zuschussunternehmen. Aber: ein großer Kongress bringt vielleicht einen Umsatz von 50.000 Euro Miete für das Kongresszentrum, aber er bringt einen Gesamtumsatz von einer Millionen Euro in die Stadt. Dabei liegen 60 bis 70 Prozent der Umsätze in der Gastronomie und der Hotellerie. Damit wollen wir in der Bundespolitik Aufmerksamkeit erregen. Wir haben jetzt die historische Chance erhalten, am 17. Dezember im deutschen Bundestag einen Vortrag zu halten im Rahmen einer Anhörung. Dabei können wir den Vorsitzenden der Fraktionen die Probleme der Branche erklären.

**mep: Was sind die Themen bei der Interessenvertretung in Berlin?**

Moderer: Das Nichtraucherschutzgesetz haben alle großen Verbände verschlafen. Sie sehen ja, was passiert ist: Das Gesetz wurde verabschiedet und ein Jahr später muss es schon wieder überarbeitet wer-

den. Wir haben sechzehn verschiedene Gesetze in Deutschland, was für unsere Kunden nicht nachvollziehbar ist. Man kann das nicht den Politikern vorwerfen, es ist die Branche, die sich abstimmen muss. In Hamburg kannst du rauchen, bis der Arzt kommt, und hier wirst du sofort verhaftet, wenn du in der Rheingoldhalle mit einer Zigarette erwischt wirst. Wir haben Kunden in ganz Europa, denen das nicht zu erklären ist. Das ist zum Beispiel eine Forderung, die wir aufstellen: dass ein einheitliches Bundesgesetz verabschiedet wird. Zumindest wollen wir auf die Ministerpräsidentenkonferenz einwirken, so dass die Länder zumindest ähnliche Gesetze entwickeln.

Dann gibt es das heiße Thema „Funkfrequenzen“: Die Bundesregierung will die Funkfrequenzen verkaufen – so wie damals die UMTS-Lizenzen an die Mobilfunkanbieter verkauft wurden. Auch hier ist die Mobilfunkindustrie wieder hochinteressiert, diese Frequenzen zu erwerben. Das heißt, wenn Sie morgen mit einem Ansteckmikrofon auf der Bühne stehen, dann fehlt Ihnen dafür die Frequenz, es sei denn, Sie kaufen sie. Das betrifft die Kongress- und die Veranstaltungswirtschaft, die Messen, die Hotellerie und die Gastronomie, aber der EVVC ist bisher der einzige Verband, der reagiert hat. Das wichtigste Thema ist jedoch die Aus-, Fort- und Weiterbildung. Es gibt unzählige Angebote an Event-Ma-



Olympische Spiele



Fußball EM



Formel 1



CHIO



VOLVO Surf Cup

**RÖDER** Zelt- und Veranstaltungsservice GmbH  
Tel. +49 6049 7000 63654 Büdingen

[www.r-zs.eu](http://www.r-zs.eu) **RÖDER**  
Die mobilen Immobilien.

# LOCATIONS Rhein-Main

– Die Ausstellung für außergewöhnliche Veranstaltungsorte



*unvermutet*



*exklusiv*



*stimmungsvoll*



*außergewöhnlich*



*historisch*



*einmalig*



*modern*

Am 17. Oktober 2008 findet erstmalig die „LOCATIONS Rhein-Main“ in der Alten Lokhalle in Mainz statt.

Die „LOCATIONS Rhein-Main“ ist eine Ausstellung, auf der sich außergewöhnliche Veranstaltungsorte aus dem Rhein-Main-Gebiet präsentieren. Die teilnehmenden Locations überzeugen durch ihr besonderes Flair und Ambiente, ihre außergewöhnliche Geschichte, oder ihre exponierte Lage.

## Kostenfreier Eintritt mit der mep!

**Mep-Leser können sich vorab im Internet online registrieren und erhalten somit einen kostenfreien Eintritt zur „LOCATIONS Rhein-Main“.**

**Sichern Sie sich Ihre kostenlosen Tickets unter [www.locations-rhein-main.de/mep](http://www.locations-rhein-main.de/mep)**

Veranstalter der „LOCATIONS Rhein-Main“ ist SINN! - Agentur für Veranstaltungsorganisation, Eventdesign & Inszenierung aus Wiesbaden. Mehr über den Veranstalter: [www.m-sinn.de](http://www.m-sinn.de)

Weitere Informationen zur „LOCATIONS Rhein-Main“ finden Sie im Internet unter [www.locations-rhein-main.de](http://www.locations-rhein-main.de).

Wir freuen uns auf Ihren Besuch!

nagement-Ausbildungen. Sie können ein zweijähriges Studium zum Eventmanager absolvieren, sie können sich aber auch in Sinabelkirchen in der Steiermark in einem Wochenendseminar zum Eventmanager ausbilden lassen – da kriegen Sie auch ein Zertifikat. Das ist für die Branche natürlich Wahnsinn. Es gibt kaum eine Branche, die sich derartig nachlässig um die Nachwuchskräfte kümmert wie wir. Mit dem zuständigen Bundesministerium sind wir schon im Gespräch. Wir wollen außerdem stärker mit den Universitäten zusammenarbeiten.

**mep: Wie ist, aus Ihrer Sicht, der Standort Salzburg für die Kombination aus der Live-Kommunikationsmesse live-COMM, dem NEO-Kongress zum Thema Neuromarketing und als Verleihungsort des Austrian Event Awards geeignet?**

Moderer: Salzburg ist als Destination für alles gut geeignet. Das ist zum Beispiel der Nachteil von Graz – ich selbst bin Grazer – dass Graz schwer zu erreichen ist. Salzburg ist aber auch vom Image her gut. Die Stadt verfügt über gute Veranstaltungs-Locations und eine gute Hotel-Landschaft. Aus österreichischer Sicht muss ich sagen: Es muss nicht immer alles in Wien stattfinden. Auch Städte wie Graz, Linz und Innsbruck haben sich gut entwickelt. Aber Salzburg war immer schon eine Top-Stadt!

**mep: Welche Chancen sehen Sie in der Ausstellung von Event Locations im**

**Rhein-Main-Gebiet im Rahmen der „Locations-Rhein-Main“, die Mitte Oktober in der Lokhalle Mainz stattfindet?**

Moderer: Das Rhein-Main-Gebiet ist eine der stärksten Wirtschaftsregionen Europas, zusammen mit Greater London, Paris Ile de France, Brüssel und Amsterdam und es ist als Wirtschaftsregion die Nummer Eins in Deutschland. Das Rhein-Main-Gebiet vereint wichtige Städte wie Mainz, Wiesbaden, Frankfurt, Offenbach und Darmstadt. Die Wirtschaft der Region ist extrem durch den Flughafen geprägt und durch die Frankfurter Messe, die die wirtschaftlich profitabelste Messe der Welt ist. Die Locations-Rhein-Main trifft sicher den Nerv. Ich hoffe, dass sie auch genügend Publikum anzieht, das ist bei solchen Veranstaltungen immer schwieriger, aber in der Region ist genügend Potenzial vorhanden. Die Vielfalt, die die Ausstellung in den Locations zeigt, finde ich sehr interessant. Damit kommen wir wieder zurück zur Inszenierung: Es reicht ja heutzutage nicht mehr, die Rheingoldhalle oder das Congress Center Mainz zu verkaufen, sondern man braucht dazu ja auch eine Abend-Location. Wir haben beispielsweise Veranstaltungen hier in der Rheingoldhalle, bei denen tagsüber die Messe in Mainz abgehalten wird und das Abend-Event im Kurhaus in Wiesbaden.

**mep: Herr Moderer, wir danken Ihnen für das Gespräch.**