

Antrag

der Abg. Dr. Patrick Rapp u. a. CDU

und

Stellungnahme

des Ministeriums für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau

Bedeutung der MICE-Branche für den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. welche Bedeutung sie der MICE-Branche für den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg beimisst;
2. wie sich die Branche in den vergangenen Jahren entwickelt hat und welche Größe sie hat (gemessen an der Anzahl der Arbeitsplätze);
3. welche Regionen in Baden-Württemberg einen wichtigen Standort für MICE-Veranstaltungen darstellen;
4. wie hoch die Anzahl der Beschäftigten in der Branche ist und welchen Stellenwert dieses Segment innerhalb der Tourismusbranche einnimmt;
5. welche Bedeutung sie der Digitalisierung in diesem Bereich beimisst;
6. wie sich die Anzahl der MICE-Veranstaltungen auf der Messe Stuttgart seit 2014 entwickelt hat;
7. wie viele MICE-Veranstaltungen ab 2020 unter den geplanten Veranstaltungen auf der Messe stattfinden;
8. welche Möglichkeiten der Weiterentwicklung sie für die Branche sieht und ob vonseiten der Landesregierung Initiativen oder Förderprogramme vorgesehen sind.

16.05.2019

Dr. Rapp, Kößler, Dr. Becker,
Huber, Gramling, Stächele CDU

Begründung

Als MICE (Meetings Incentives Conventions Exhibitions) wird der Teil des geschäftlichen Tourismus bezeichnet, der die Organisation und Durchführung von Tagungen, Kongressen und Ausstellungen umfasst. Mit dem Antrag soll dargestellt werden, welche Bedeutung die Branche als ein Standbein für die Entwicklung des Tourismus und den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg insgesamt hat.

Stellungnahme*)

Mit Schreiben vom 28. Juni 2019 Nr. 45-4295.0/27 nimmt das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Wohnungsbau im Einvernehmen mit dem Ministerium der Justiz und für Europa und dem Ministerium für Finanzen zu dem Antrag wie folgt Stellung:

Vorbemerkung:

MICE bezeichnet die vier maßgeblichen Bereiche der Tagungs- und Veranstaltungswirtschaft: Tagungen (Meetings), von Unternehmen veranstaltete Motivations- und Belohnungsreisen (Incentives), Kongresse (Conventions) sowie allgemein Veranstaltungen (Events).

Zu den unterschiedlichen Akteuren und Unternehmen der MICE-Branche zählen u. a.:

- Location- und Veranstaltungsstätten wie z. B. Kongresszentren, Messehallen, Veranstaltungshallen, Event Center und Hotels (überwiegend im gehobenen Preis- und Ausstattungssegment bzw. spezialisierte Event- oder Tagungshotels), aber auch historische Gebäude und Industrie-Bauten mit entsprechender Infrastruktur;
- Agenturen, Veranstalter und Berater auf den MICE-Gebieten, Messeveranstalter und -gesellschaften;
- Zulieferer wie z. B. Cateringunternehmen, Spezialisten für Veranstaltungstechnik, Raumdekorateure, Mietmöbelanbieter, Mietwagen- und Busunternehmen, Dolmetscher, Hostessen Services oder Künstleragenturen;
- Reisebüros und Agenturen mit Spezialisierung auf diesem Gebiet (sogenannte PCOs Professional Congress Organiser; Eventagentur) sowie
- internationale oder nationale Organisationen und Verbände, die regelmäßig Aktivitäten in den beschriebenen MICE-Segmenten veranstalten oder beauftragen.

Internationaler Konsens besteht nach wie vor nicht, inwieweit das Messekerngeschäft (insbesondere Messehallen und Messeveranstalter) in die MICE-Branche einbezogen werden soll. In Europa und vor allem in Deutschland wird das Messekerngeschäft aufgrund der großen wirtschaftlichen Bedeutung als eigenständige Branche (Messewirtschaft) angesehen. Dagegen wird das Messegeschäft (Exhibition) in Asien oder in Nordamerika als Teil der MICE-Industrie betrachtet. Dies ist historisch bedingt, da sich dort viele Messen aus Kongressen entwickelt haben (Quellen: Edgar Leitinger: MICE. In: Michael Dinkel/Stefan Luppold/Carsten Schröder (Hgg): Handbuch Messe-, Kongress- und Eventmanagement, Sternenfels 2013; ebenso Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber, EITW Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH an der Hochschule Harz).

In der Stellungnahme wird daher in der Regel der deutschen Abgrenzung gefolgt und die MICE-Branche ohne das Messekerngeschäft betrachtet. Lediglich dort,

*) Der Überschreitung der Drei-Wochen-Frist wurde zugestimmt.

wo die Datenlage nur eine Gesamtbetrachtung einschließlich des Messegeschäfts möglich macht, wird dieses einbezogen, so bei der Darstellung der Anzahl der Arbeitsplätze (Ziffer 2), bei der Beschreibung der Regionen (Ziffer 3) und der Zahl der Veranstaltungen der Landesmesse Stuttgart (Ziffer 7).

1. welche Bedeutung sie der MICE-Branche für den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg beimisst;

Zu 1.:

Die Landesregierung misst der MICE-Branche für den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg eine hohe Bedeutung bei. Wirtschaftliche Aktivitäten rund um das Thema MICE sind für Baden-Württemberg ein wichtiger Wertschöpfungsfaktor. Es gibt viele Leistungsträger, Dienstleistungsunternehmen, aber auch Handwerksbetriebe, welche in die Wertschöpfungskette involviert sind (z. B. Eventagenturen, Techniker, Locations, Dolmetscher, Raumdekorateure, Möbelvermieter, Mietwagen- und Busunternehmen, Messebauer, Cateringunternehmen, Kongressveranstalter, Tagungs- und Eventdienstleister, vgl. Vorbemerkung). Der Geschäftsreisetourismus sowie das spezielle Segment des MICE sind der Wachstumsbranche Tourismus zuzuordnen. In den Städten beträgt der Anteil des Business-Tourismus nach Einschätzung des Stuttgart Conventions Bureau bei der Stuttgart-Marketing GmbH etwa 70 bis 80 Prozent, wovon ein wesentlicher Anteil durch Tagungen und Kongresse generiert wird.

Die baden-württembergischen Industrie- und Handelskammern haben zusammen mit der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg eine Sonderauswertung von Datenquellen im Rahmen des Meeting- & EventBarometers des Europäischen Instituts für Tagungswirtschaft GmbH (EITW) in Auftrag gegeben. Die Gesamtergebnisse der Studie werden im zweiten Halbjahr 2019 vorliegen. Mit ihrer Stellungnahme zu dem vorliegenden Antrag haben die Industrie- und Handelskammern folgende erste Landesergebnisse – vor allem im Vergleich zu Gesamtdeutschland – vorgelegt:

- In Baden-Württemberg ist der Anteil internationaler Veranstaltungen höher als in Deutschland (Baden-Württemberg: 7,1 Prozent, Deutschland 5,6 Prozent), sicherlich auch bedingt durch die geografische Lage. So sind die Schweiz, Frankreich und Österreich als direkte Nachbarländer auch starke Quellmärkte für Baden-Württemberg. Ein weiterer Grund dafür ist die hohe Dichte an international agierenden Unternehmen sowie Weltmarktführern in Baden-Württemberg.
- Der Anteil ausländischer Teilnehmer an MICE-Veranstaltungen ist in Baden-Württemberg mit 10,4 Prozent ebenfalls höher als in Deutschland (9 Prozent). Baden-Württemberg weist einen höheren Anteil von Tagungen und Kongressen mit begleitender Ausstellung auf (19,7 Prozent in Baden-Württemberg versus 17 Prozent in Deutschland). Das lässt sich auch damit begründen, dass Seminare, Tagungen und Kongresse in Baden-Württemberg im Schnitt größer (mit mehr Teilnehmern) ausfallen als in Gesamtdeutschland. Veranstaltungen in Baden-Württemberg sind stark geprägt von Veranstaltern aus der Wirtschaft (50,4 Prozent). Bundesweit entfallen 43,1 Prozent auf Unternehmensveranstaltungen.
- 35,4 Prozent der Veranstaltungsstätten in Baden-Württemberg haben ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem implementiert; in Gesamtdeutschland beträgt der Anteil 40,5 Prozent).
- In Baden-Württemberg finden mehr sogenannte hybride Veranstaltungen statt (14,5 Prozent) als deutschlandweit (10,4 Prozent). Bei hybriden Veranstaltungen werden vor allem mobile Anwendungen während der Veranstaltungen und Videokonferenzen genutzt.

Der Baden-Württembergische Industrie- und Handelskammertag weist des Weiteren auf die in dreifacher Hinsicht hohe Bedeutung der MICE-Branche hin: zum einen für MICE-Marktanbieter der Tagungs- und Veranstaltungsstätten, zum anderen für Dienstleister wie Kongressveranstalter, Event-Agenturen, Event-Catering, Personal- und Transportdienstleister sowie schließlich für den Geschäftstou-

rismus insgesamt. Der GCB German Convention Bureau e. V. stellt in seinem Meeting- & EventBarometer vom Mai 2019 fest, dass der Meeting- und Eventmarkt in Deutschland weiter auf Erfolgskurs ist. Kongresse, Tagungen und Seminare sind die Veranstaltungsart mit höchster Wachstumsrate. Inzwischen sind nach der Analyse mit Österreich, Schweiz und den Niederlanden die direkten Nachbarn der Bundesrepublik die wichtigsten Quellmärkte internationaler Veranstaltungen in Deutschland.

2. wie sich die Branche in den vergangenen Jahren entwickelt hat und welche Größe sie hat (gemessen an der Anzahl der Arbeitsplätze);

Zu 2.:

Die MICE-Branche hat sich landes- und bundesweit positiv entwickelt und profitiert vor allem auch von der Internationalisierung der Wirtschaft. Nach Angaben der International Congress & Convention Association (ICCA weltweite Dachorganisation für die internationale Kongress- und Meeting-Wirtschaft) lag Deutschland im Jahr 2018 zum 14. Mal in Folge auf dem ersten Platz im Ranking der europäischen Tagungs- und Kongressdestinationen, weltweit belegte Deutschland analog zu den Vorjahren Rang zwei hinter den USA. Zu diesem guten Ergebnis Deutschlands im ICCA-Ländervergleich trugen neben Berlin (unter den Top 5-Städten) München, Hamburg, Frankfurt und Leipzig weitere Städte, darunter auch Stuttgart und Heidelberg, bei.

Zudem hat im Jahr 2018 die Nachfrage (Anzahl der Teilnehmer an Tagungen, Kongresse und Events in Deutschland) weiter zugenommen, sodass Veranstaltungen laut „Meeting- & EventBarometer 2018/2019“ nach wie vor ein Wachstumsmarkt sind.

Daten der amtlichen Statistik zur Entwicklung der MICE-Branche in den vergangenen Jahren liegen lediglich für den Wirtschaftszweig „Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter“ vor. Nach Angaben des Statistischen Landesamtes ist die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einschließlich der ausschließlich geringfügig entlohnt Beschäftigten (Minijobs mit einer Verdienstgrenze bis 450 Euro monatlich) in Baden-Württemberg in den letzten zehn Jahren von 3.476 im Jahr 2008 auf 4.044 im Jahr 2018, also um 568 oder 16 Prozent gestiegen (vgl. Anlage). Die Summe der beiden Beschäftigtengruppen bildet allerdings nicht die gesamte Zahl der Arbeitsplätze in diesem Wirtschaftszweig ab, da beispielsweise für die Gruppe der Selbstständigen oder mithelfenden Familienangehörigen keine Angaben zu diesem sehr differenzierten Wirtschaftsbereich verfügbar sind.

3. welche Regionen in Baden-Württemberg einen wichtigen Standort für MICE-Veranstaltungen darstellen;

Zu 3.:

Als Regionen in Baden-Württemberg mit einem wichtigen Standort für MICE-Veranstaltungen wurden vom Stuttgart Conventions Bureau bei der Stuttgart-Marketing GmbH die Regionen Stuttgart, Karlsruhe, Mannheim/Heidelberg, Freiburg, Baden-Baden, Ulm, Friedrichshafen und Heilbronn mit neuem Standort Künzelsau identifiziert. Vor allem Großstädte und Städte in Metropolregionen sind optimale Standorte für Meetings, Tagungen und Kongresse aufgrund der guten Erreichbarkeit und der wirtschaftlichen Stärke. Grundsätzlich weisen jedoch alle Städte mit starken Innovations- und Wirtschaftsklustern und/oder Hochschuleinrichtungen gute Standortbedingungen für die MICE-Branche auf. Ebenso haben alle Kommunen mit einer verkehrstechnisch guten Erreichbarkeit und einer professionellen MICE-Infrastruktur gute Standortvoraussetzungen. Im Einzelnen zeichnen sich die Regionen durch folgende MICE-Profile aus (Beschreibung der Industrie- und Handelskammern):

- Der Standort Stuttgart ist eine national und international etablierte und beliebte Destination für Privat- und Geschäftsreisende, Tagungen und Kongresse und hat weiterhin gute Marktchancen und Potenziale zum Ausbau seiner Stellung.

Geschäftsreisen, insbesondere Messe- und Kongresswesen, sind wichtigster Faktor im Tourismus der Region. Für die Region Stuttgart ist nach der Einschätzung des Stuttgart Convention Bureau bei der Stuttgart-Marketing GmbH die MICE-Branche eine zentrale Säule der Tourismuswirtschaft. Rund 70 Prozent der Übernachtungen werden danach durch den Geschäftsreisetourismus generiert. Davon entfallen rund 40 Prozent wiederum auf Kongressteilnehmer, Messeaussteller und Messebesucher. Die aktuelle Stärke der MICE-Branche ist der Stärke der Wirtschafts- und Forschungsregion Stuttgart insgesamt geschuldet. Relevante zukunftsfähige Forschungsergebnisse, Innovationen sowie international wettbewerbsfähige Produkte und wissensintensive Dienstleistungen bieten Anlass für Veranstaltungen und für intensiven Technologie- und Wissenstransfer sowie Businesskontakte. Damit konnte in der Region Stuttgart ein solides Wachstum an Veranstaltungen bei gleichzeitig zunehmender Internationalisierung verzeichnet werden.

- Der Tagungs- und Kongresstourismus hat für die Region Rhein-Neckar eine hohe Bedeutung, vor allem in Mannheim und Heidelberg. Die Kongressbesucher kommen überwiegend aus Wirtschaft und Forschung. Besonders in Mannheim werden viele medizinische Kongresse durchgeführt. Aber auch Heidelberg hat einen hohen Anteil an Besuchern von medizinischen Fachkongressen. In Heidelberg wird noch in diesem Jahr mit dem Bau eines neuen Kongresszentrums begonnen, das bis circa Anfang 2023 fertig sein soll. Eine Bedarfsanalyse aus den Jahren 2013/2014 prognostiziert ca. 600 bis 800 Veranstaltungen pro Jahr, ca. 200.000 zusätzliche Besucher, 25 Vollarbeitsplätze (ohne Gastronomie) und 1 bis 1,2 Mio. Euro Umsatz.
- Rund um den Bodensee haben sich dreizehn Tagungshäuser zusammengeschlossen und treten gemeinsam auf, d. h. vermarkten Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen national und international. Gerade durch den internationalen Kontext spielt der Bodensee als Tagungsregion eine herausragende Rolle.
- Die Technologieregion Karlsruhe und seine Umgebung (Baden-Baden, Pforzheim, Rastatt, Bruchsal) ist eine der aktivsten und facettenreichsten Forschungslandschaften in Deutschland und dazu eine lebendige Region mit Kultureinrichtungen, modernen Veranstaltungsstätten, spektakulären Eventlocations, Tagungshotels und Spitzengastronomie, die eine gute Basis für die MICE-Branche bilden.

Der MICE-Tourismus ist nicht nur ein Thema der großen Städte und der Messeplätze, sondern auch des ländlichen Raums. In letzter Zeit hat sich ein Trend in Richtung Tagungen im ländlichen Raum entwickelt. Demzufolge entstehen im Rahmen von sogenannten „Tagungen im Grünen“ neue Veranstaltungsformate, die auch ländliche Kommunen in die MICE-Wertschöpfungskette integrieren.

Durch die Tourismusinfrastrukturförderung wurden und werden einige Kurhäuser „fit“ gemacht und bieten sich als Locations für kleinere und mittlere Tagungen und Kongresse an. Die Heilbäder- und Kurorte sowie kleinere Städte, gerade auch in Tourismusregionen, bieten optimale Rahmenbedingungen für Veranstaltungen kleinerer und mittlerer Größe. Hinzu kommen die vielen Tagungshotels in allen Regionen. Gerade diese sind oftmals in ruhiger Lage im ländlichen Raum zu finden. Auch die Nachfrager nach Locations, Incentives, Teamtrainings o. ä. sind im gesamten Land ansässig. Weltmarktführer, mittelständische Firmen und Hidden Champions, die weltweit agieren, sind in allen Regionen Baden-Württembergs ansässig.

4. wie hoch die Anzahl der Beschäftigten in der Branche ist und welchen Stellenwert dieses Segment innerhalb der Tourismusbranche einnimmt;

Zu 4.:

Die Landesregierung bewertet den Stellenwert des MICE-Segments für die Tourismusbranche als beachtlich. Auch aus der Sicht des DEHOGA Baden-Württemberg ist das Segment Tagung und Kongresse für den Tourismus ein bedeutender Wirtschaftsfaktor.

Die Tourismusbranche und insbesondere der Geschäftsreisetourismus in Baden-Württemberg profitieren von einem starken Wirtschaftsstandort. So war Baden-

Württemberg bei der Veranstalterbefragung im Jahr 2018 unter den TOP 5-Bundesländern vertreten (Quelle: Meeting- & EventBarometer Deutschland 2017/18; Meeting- & EventBarometer Deutschland 2018/19). Viele Geschäftsreisende haben während ihrer Reise abends oder zwischendurch noch die Möglichkeit, die Destination zu erkunden. Dabei lernen die Reisenden diese kennen und erhalten die Möglichkeit, positiv darüber zu berichten. Deshalb gelten die Geschäftsreisenden inzwischen als wichtige Multiplikatoren für die touristischen Reisen.

Die Querschnittsbranche Tourismus wird in der Systematik der Wirtschaftszweige der amtlichen Statistik nicht direkt abgebildet. Daher kann ein Anteil der unter Ziffer 2 des Antrags ausgewiesenen sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (4.044 im Jahr 2018) an der Tourismusbranche nicht berechnet werden.

5. welche Bedeutung sie der Digitalisierung in diesem Bereich beimisst;

Zu 5.:

Die Landesregierung misst der Digitalisierung im MICE-Bereich eine hohe Bedeutung bei. Digitalisierung ist auch für die Unternehmen der MICE-Branche ein wichtiges Thema. Der DEHOGA Baden-Württemberg sieht den Bereich Tagungen und Veranstaltungen besonders vom Megatrend Digitalisierung betroffen – digitale Angebote werden immer mehr zu einer Grundvoraussetzung moderner Veranstaltungen. Das fängt beim Gästemanagement sowie der Teilnehmerverwaltung, Registrierung und Kommunikation an, z. B. Online-Vermarktungsplattformen der Kongressdestinationen und Anbieter, Onlinebuchungen, Online Check-in, CRM-Systeme, Follow up etc. Ein gutes Beispiel ist die Nutzung von Instant-Booking (Echtzeitabfragen von Preisen und Verfügbarkeiten). Dadurch werden mühsame Suchprozesse erspart und die „digitale Ungeduld“ der Anfrager wird gestillt. Auch die Veranstaltungstechnik wird immer anspruchsvoller. Viele Veranstalter arbeiten schon mit Virtual Reality/Augmented Reality (VR/AR), Videostreaming und Live-Abstimmungen während der Veranstaltungen. Außerdem gibt es mittlerweile auch virtuelle Events/Messen, sodass die „analogen“ Veranstalter gute Konzepte mit Event-Charakter und/oder individueller Gästebetreuung entwickeln müssen, um gegen die virtuelle Konkurrenz zu bestehen. Auch der GCB German Convention Bureau e. V. sieht in der Digitalisierung neben der Nachhaltigkeit einen der stärksten Megatrends im MICE-Markt in den Jahren 2018 und 2019.

Dennoch bleiben die persönliche Interaktion, der Face-to-Face-Austausch im Rahmen von Meetings, Tagungen und Kongressen trotz der technologischen Entwicklung wichtig. Sie werden allerdings in veränderten Strukturen und Formen stattfinden:

- Zum Beispiel in miteinander vernetzte und virtuell gekoppelten Events („Hybrid Events“), durch aktive Interaktion/Beteiligung und Einbindung der Referenten und Teilnehmer (vor Ort/virtuell hinzugeschaltet), d. h. weg von der Frontalsituation in die aktive Erarbeitung/Übermittlung der digitalisierten Inhalte und Ergebnisse z. B. durch Audio-/Videoconferencing, Shared Views, Mobile Apps etc.,
- mit einem hohen Datenvolumen aufgrund umfangreicher Datentransfers zwischen Veranstaltern, Referenten und Teilnehmern – veranstaltungsbezogen und auch grundsätzlich und
- mit wenigen, zentralen Haupt-/Leitveranstaltungen sowie mehreren, dezentralen Events (Bestandteile des Hauptevents und auch unabhängig davon) an unterschiedlichen Orten.

6. wie sich die Anzahl der MICE-Veranstaltungen auf der Messe Stuttgart seit 2014 entwickelt hat;

Zu 6.:

Nach Angaben der Landesmesse Stuttgart GmbH hat sich die Anzahl der MICE-Veranstaltungen auf der Messe Stuttgart im Zeitraum 2014 bis 2018 wie folgt entwickelt bzw. es haben folgende externe Veranstaltungen stattgefunden:

– Kongresse	15
– Kongresse mit Ausstellungen	73
– Seminare/Tagungen/Schulungen	67
– Firmenveranstaltungen	106
– Firmenveranstaltungen mit Ausstellungen	29
Summe:	290

Die Stadt Stuttgart und die Region Stuttgart waren für die MICE-Branche schon immer attraktiv. In den letzten zehn Jahren hat sie an Bedeutung gewonnen. Mit Fertigstellung der neuen Landesmesse und der Professionalisierung des Kongressbüros der Stadt Stuttgart wurde auf die Nachfrage reagiert. Einhergehend mit der Tatsache, dass sich die Tagungen und Kongresse ab den 1980er-Jahren zeitlich ausdehnten und seither teilweise über drei bis vier Tage dauern, spielte die touristische Komponente eine zunehmende Rolle.

Dies unterstreicht die Existenz zahlreicher Versammlungshallen, die im Zuge des Booms des Tagungstourismus nach und nach professionalisiert wurden sowie meist durch Anbauten von mittleren Tagungsräumen und Sälen zu Kongresshallen erweitert wurden. Bis zur Eröffnung der Landesmesse Stuttgart im Jahr 2007 konnten großformatige Kongresse nur in begrenzter Anzahl und Größenordnung in Stuttgart realisiert werden. Im Zuge der Standortverlagerung und Neukonzeption der Neuen Messe wurde ein sehr großes und eigenständiges Kommunikationshaus, das ICS Internationales Kongresszentrum Stuttgart, gebaut. Damit war es erstmalig möglich, Formate bis zu 6.000 Teilnehmern in einem Gebäudekomplex abzubilden.

7. wie viele MICE-Veranstaltungen ab 2020 unter den geplanten Veranstaltungen auf der Messe stattfinden;

Zu 7.:

Nach Angaben der Landesmesse Stuttgart GmbH finden in den Jahren 2020 und 2021 unter den geplanten Veranstaltungen folgende MICE-Veranstaltungen statt:

– Kongresse	9
– Kongresse mit Ausstellungen	35
– Seminare/Tagungen/Schulungen	4
– Firmenveranstaltungen	23
– Firmenveranstaltungen mit Ausstellungen	12
Summe	83

Auch in den kommenden Jahren wird sich die Auslastung bei der Landesmesse nicht verringern. Die Kalender sind teilweise bis zum Jahr 2025 mit MICE-Veranstaltungen gefüllt.

Würde man das Messekerngeschäft (Exhibition) – wie in Asien und Nordamerika – in die MICE-Branche einbeziehen, kämen bei der Landesmesse Stuttgart GmbH pro Jahr etwa 60 Messeveranstaltungen hinzu.

8. Welche Möglichkeiten der Weiterentwicklung sie für die Branche sieht und ob vonseiten der Landesregierung Initiativen oder Förderprogramme vorgesehen sind;

Zu 8.:

Die Landesregierung sieht in der Weiterentwicklung der MICE-Branche große Chancen für die Tagungs- und Kongresswirtschaft sowie die Tourismuswirtschaft des Landes und den Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg insgesamt. Auch die derzeit in Erarbeitung befindliche Tourismuskonzeption Baden-Württemberg sieht für das Themenfeld MICE in der Folge wichtige Aufgabenfelder in den Bereichen Marktforschung und Imagemarketing, um Baden-Württemberg als attraktiven MICE-Standort zu bewerben.

In diesem Zusammenhang könnten Initiativen hilfreich sein, welche die Wahrnehmung der MICE-Branche als Querschnittsbranche auf lokaler und regionaler Ebene von Wirtschaft, Wissenschaft, Standortmarketing und Tourismus weiter stärken. Dabei gilt, dass auch die Akteure des Geschäftsreiseturismus grundsätzlich in die jeweilige Standort- und Regionalentwicklung eingebunden werden sollten, um Synergien mit anderen regionalen Gestaltungsfeldern wie beispielsweise Innovation und Infrastruktur oder benachbarten Branchen wie Handel, Handwerk, Ernährungswirtschaft, Gesundheitswirtschaft oder Kreativwirtschaft zu erreichen. Wegen der natürlichen Anbindung des geschäftlichen Tourismus an regionale Messestandorte sowie Städte sind die Akteure hier in besonderer Weise aufgefordert, ihre Bedarfe gestaltend und offensiv in die jeweiligen regionalen Entwicklungskonzepte einzuspeisen.

Bei MICE-Veranstaltungen geht es häufig um Technologie- und Wissenstransfer sowie Geschäftsanbahnung. Die Voraussetzungen dafür sind in Baden-Württemberg durch die Vielzahl international agierender und vernetzter Unternehmen sowie exzellenten Hochschulen und Forschungseinrichtungen hervorragend. Die MICE-Branche ist eng mit der allgemeinen wirtschaftlichen Entwicklung verbunden und häufig ein Gradmesser für neue Trends. Laut einer Studie des Instituts für Zukunftsstudien und Technologiebewertung Berlin wird die MICE-Branche künftig von folgenden fünf Megatrends beeinflusst und geprägt werden: Technisierung, Globalisierung, Internationalisierung, Mobilität, nachhaltige Entwicklung und demografischer Wandel.

Weiterentwicklungsmöglichkeiten der Branche sieht die Landesregierung vor allem auch im Bereich der innovativen Veranstaltungsformate: Beispiele hierfür sind u. a. Barcamps, Open Space und hybride Veranstaltungen, bei denen immer häufiger Videokonferenzen, Live-Streams oder mobile Anwendungen zum Einsatz kommen. Wichtig ist die Verschmelzung des digitalen und physischen Raums (sog. Third Space), damit Menschen sich vernetzen und kommunizieren können.

Hinsichtlich der Förderprogramme für Unternehmen der MICE-Branche wird auf folgende Angebote der Landesregierung im Rahmen vorhandener Programme hingewiesen:

- Im Rahmen der Digitalisierungsstrategie „digital@bw“ unterstützt die Landesregierung mit verschiedenen Förderprogrammen die Unternehmen bei der digitalen Transformation. Ein Beispiel ist die Digitalisierungsprämie. Mit dem Förderprogramm werden Unternehmen aller Branchen mit bis zu 100 Beschäftigten bei der Umsetzung konkreter Digitalisierungsprojekte unterstützt. Damit können auch für Unternehmen des MICE-Bereichs Digitalisierungsmaßnahmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette gefördert werden. Hierzu zählt u. a. die Umsetzung neuer digitaler Lösungen in Strategie und Organisation (z. B. Implementierung eines Social Media-Kommunikationskonzepts). Mitarbeiterschulungen, die zur Vermittlung der erforderlichen Kenntnisse für die neue erworbene Hard- und Software dienen, sind ebenfalls förderfähig.
- Ein zentrales Thema der Landesregierung ist das Thema „Nachhaltigkeit“ auch in der Veranstaltungsbranche. So hat sich die Landesmesse Stuttgart in den Fragen der Nachhaltigkeit durch ihr Grundverständnis wie auch die ständige Anpassung an Entwicklungen auf den vorderen Plätzen behaupten können. Beispielsweise werden die verstärkten Nachfragen und Anforderungen im Bereich Gastronomie durch hohe Standards beantwortet und bedient. Des Weiteren ist die Landesmesse Stuttgart inklusive der Dienstleistungspartner neben nur einem weiteren deutschen Messeunternehmen von einem großen Unternehmen in Nachhaltigkeitssicht zertifiziert.
- Ebenso unterstützt die Landesregierung kleine und mittlere Unternehmen der MICE-Branche mit dem breiten Förderspektrum der Mittelstandspolitik, insbesondere mit der einzelbetrieblichen Förderung sowie mit Maßnahmen in den Segmenten Gründung, Start-up und Unternehmensnachfolge, Fachkräftesicherung und berufliche Aus- und Weiterbildung. Ein Beispiel im Bereich der beruflichen Ausbildung sind die Ausbildungsbotschafter im Ausbildungsberuf Veranstaltungskaufmann/Veranstaltungskaufrau. Ausbildungsbotschafter sind Auszubildende, die in Schulen für eine Berufsausbildung werben. Sie berichten

von ihren persönlichen Erfahrungen und ermöglichen Schülerinnen und Schülern authentische Einblicke in interessante Ausbildungsberufe.

- Für die Realisierung und Modernisierung der kommunalen Tagungsinfrastruktur gewährt das Land im Rahmen des Tourismusinfrastrukturprogramms Unterstützung.

Dr. Hoffmeister-Kraut
Ministerin für Wirtschaft,
Arbeit und Wohnungsbau

Anlage

Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und ausschließlich geringfügig entlohnt Beschäftigte am Arbeitsort Baden-Württemberg in der Wirtschaftsgruppe 82.3 "Messe-, Ausstellungs- u. Kongressveranstalter"

Stichtag 30.06.	sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte (svB)	ausschließlich geringfügig entlohnt Beschäftigte (ageB)	Summe svB und ageB
	Anzahl	Anzahl	Anzahl
2008	2.789	687	3.476
2009	2.747	730	3.477
2010	2.810	736	3.546
2011	2.996	773	3.769
2012	3.074	768	3.842
2013	3.173	800	3.973
2014	3.126	710	3.836
2015	3.218	836	4.054
2016	3.260	830	4.090
2017	3.195	730	3.925
2018	3.308	736	4.044

Datenquelle: Bundesagentur für Arbeit.

Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2019.