
IBTM WORLD TRENDS REPORT 2024

VIRTUÁLIS VALÓTLANSÁG VS. SZEMÉLYES TALÁLKOZÁSOK



maresz

MAGYARORSZÁGI RENDEZVÉNYSZERVEZŐK
ÉS -SZOLGÁLTATÓK SZÖVETSÉGE

2024. JANUÁR 18.

MAGYAR NYELVŰ KIVONAT – COPYRIGHT © MARESZ

Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetsége - 1101 Budapest, Albertirsai út 10.

Készítette: Márkus Éva, a MaReSz Titkárság munkatársa

Ez a magyar nyelvű kivonat nem az eredeti tanulmány szó szerinti fordítása és nem tartalmazza annak minden részét.
Bármilyen formában történő felhasználása, idézése csak a MaReSz mint forrás megjelölésével megengedett!

Tartalomjegyzék

KULTURÁLIS TRENDEK.....	2
A dinamikus iroda	2
Demográfia – a világ 2050-ben	3
Fenntarthatóság	3
Sokféleség, esélyegyenlőség és befogadás	4
Virtuális élménygazdaság	6
ÜZLETI TRENDEK	7
ÉLMÉNYTRENDEK.....	7
Céges rendezvények.....	7
Szövetségi rendezvények	9
Ösztönzőutak	11
KONKLÚZIÓ	13

KULTURÁLIS TRENDEK

Jelen tanulmány Global Report c. első fejezetében (amely nem része ennek a magyar nyelvű összefoglalónak) a globális gazdaság állapotáról festett pesszimista kép után, a kulturális trendeket bemutató részből egy sokkal pozitívabb kép rajzolódik ki. A Trendriport ugyanis azt vizsgálja, hogy merre halad a világ, és ebben a tekintetben megfigyelhető egy alapvetően pozitív változás az emberiség szemlélet- és életmódjában. A változó emberi igényeket pedig nem szabad alábecsülni, hiszen ezek alakítják a trendeket, a fogyasztói magatartást és végsősoron azt is, ahogyan ezekre a vállalatok és kormányok reagálnak. A globális környezetvédelmi aspektusok, a hozzáféréssel, sokféleséggel és befogadással kapcsolatos közös értékrend és az együttműködés igénye mind mikro-, mind pedig makroközösségi szinten a közös emberi igények részét képezik.

Természetesen negatív trendek is megfigyelhetőek; a jövőt vizsgáló SWOT analízis éppen annyi „fenyegetést”, mint „lehetőséget” tartalmaz, de a meghatározó emberi viselkedés mégis több pozitívumot, mint negatívumot vetít előre eredendően kiszámíthatatlan világunkban.

A dinamikus iroda

A kreatív innovációt középpontba helyező, legutóbb Montreálban megrendezett C2 elnevezésű konferencián megosztott hasznos szakmai információk mellett, 2023-ban publikálták a *The Future of Work Report C2*, azaz a Munka jövője c. jelentést is. Ez elsősorban a munkához való hozzáállást, a munkavállalók viselkedését vizsgálja a pandémia előtti, alatti és utáni időszakban. Legfontosabb megállapítása, hogy azok a munkavállalók, akik a járvány első szakaszában – az otthoni bezártság és a gazdasági bizonytalanság hatására – nem mertek semmilyen változtatásba belevágni, épp a hosszú leállás alatt tudták végiggondolni és átértékelni a munkahelyükhöz és a munkájukhoz való viszonyukat, aminek eredményeként szinte maguk álltak a változtatások élére.

Ahogy az élet kezdett visszatérni a normális kerékvágásba, a személyzet fluktuációja ismét emelkedni kezdett, majd felgyorsult a történelmi normákhoz képest. Beindult a tehetséges munkaerőért folytatott küzdelem; a szakemberhiány és a munkaerő iránti kereslet növekedése miatt pedig több választási lehetőségük lett a munkavállalóknak.

Most, hogy a távmunka és a hibrid formában történő munkavégzés az „új normális”, az alkalmazottaknak ösztönzőkre van szükségük ahhoz, hogy az irodába visszatérjenek. Ezek egyike az lehet, hogy felismerjük és jobban elismerjük az adott munkavállaló képességeit és szakértelmét. A munkaadóknak – ha meg akarják szerezni és tartani a tehetséges munkaerőt, oda kell figyelniük az egyéni munkavállalói preferenciákra is. Az egyik nemzetközi rendezvényszervezőnél, az Intelnél például azt vallják, hogy a munkavállalók igényeit egyéneként kell megismerni és figyelembe venni. Ez a „**Personalisation**” (személyre szabott karriermenedzsment). Egyre inkább rendelkezésre állnak azok a technikák és stratégiák, amelyek az olyan közösségekre adaptálhatók, melyek egyénre szabott bánásmódot várnak el. Ez különösen fontos a rendezvényszervezők szempontjából, ahol olyan trendek kezdenek kibontakozni, mint a „**Festivalisation**”, ami azt jelenti, hogy a rendezvénylátogató párhuzamosan több programba is „belekóstol” tetszés szerint válogatva és váltogatva azokat.

Ezek a trendek egy változó, szétszórtnan elhelyezkedő és egyéni igényeket mutató munkaerő kialakulása irányába mutatnak. Ez a munkavállaló több segítséget, több lehetőséget és nagyobb rugalmasságot vár el. Őket fogjuk a rendezvényeinkre is delegálni, és munkahelyi viselkedésük a rendezvényeken is tükröződni fog. A konferenciák és üzleti találkozók szervezői a munkahelyi környezet megteremtésére törekednek a rendezvények esetében is, a vízautomaták biztosításától a munka utáni közös poharazgatásig. Egyre fontosabb feladattá válik a szétszórtnan elhelyezkedő munkaerő összetételére oly módon, hogy a munkatársaknak megfelelő rugalmasságot és választási lehetőségeket biztosítsunk mindenben, a rendezvény

tartalmának fogyasztásától, annak időzítésén át, egészen addig, hogy hol és miként szeretnék az átadott információkat feldolgozni.

Demográfia – a világ 2050-ben

A Trendriport több forrásra hivatkozva állítja, hogy a világ népességének demográfiai összetétele változóban van, de ennek a folyamatnak csak az elején tartunk. 2050-re a 65 éves és idősebb emberek fogják kitenni a népesség közel 40%-át Kelet-Ázsia egyes részein és Európában. Ez rávilágít annak a munkaképes korú társadalmi csoportnak a hiányára, amelyre a nyugdíjasok eltartásának feladata hárulna. Ugyanakkor a születési ráták csökkenésével új lehetőségek nyílnak meg a szegényebb és feltörekvő nemzetek számára. Az alacsony jövedelmű országok profitálhatnak az ún. „demográfiai osztalékból”, ami azt jelenti, hogy a munkaképeseknek az eltartottakhoz képest növekvő aránya hajtja a gazdasági növekedést. A kisebb családban élő felnőttek több szabadidővel rendelkeznek, amit tanulásra, vagy a gyerekeikre fordíthatnak, ugyanakkor több nő léphet be a munkaerőpiacra, segítve a gazdaság növekedését. Kérdés, hogy mennyire lesz fontos például a fenntarthatóság egy olyan elöregedő társadalom tagjai számára, akik a saját bevételeik és biztonságuk megteremtését is veszélyeztetve látják? És vajon hogy fogják a fiatalabbak kezelni a rájuk szoruló idős problémáját? A rendezvényszervezői szakmában különösen fontos ezeknek a változásoknak az ismerete, hiszen ezek mutatják meg, hogy milyen lesz az átlagos rendezvénylátogató, hogyan változnak a vállalati közösségek és mindez miként tükröződik majd a rendezvénylátogatók demográfiai jellemzőiben és véleményformálásában.

Fenntarthatóság

A tanulmány elsősorban a New York Timesban megjelent cikkek alapján elemzi a klímaváltozás jelenleg ismert veszélyeit. Megállapítja, hogy a klímaváltozás MOST és GLOBÁLISAN érint minket. Kiemeli, hogy a rendezvényszervezői szakma dicséretet érdemel a fenntarthatósággal kapcsolatos törekvéseiért, együttműködéseikért, kezdeményezéseikért. Több százan csatlakoztak a Glasgow-ban 2021-ben indított „Net Zero Carbon Events”, azaz klímasemleges rendezvények kezdeményezéséhez és számos új fejlemény is említésre érdemes. Az első és egyik legfontosabb az, hogy egyre több vállalkozás mozdul el a „Scope Three emissions”, azaz a harmadik fél hatáskörébe tartozó kibocsátások befolyásolásának irányába. Ez a legnehezebb vállalás, mert a „Scope One” és „Scope Two” kibocsátások azok, amelyeket a rendezvényszervező cégek a saját hatáskörükben, a saját üzletmenetükben kontrollálni tudnak. A harmadik, vagyis a „Scope Three” azonban arra ösztönzi a vállalkozásokat, hogy ezt a hatást kiterjesszék a beszállítóikra, partnereikre és közönségükre is. Ez már nehezebb dolog, de ez az a terület, ahol valódi befolyást gyakorolhatnak a rendezvényszervezők. Természetesen még mindig sok rossz gyakorlattal lehet találkozni, és mint ágazat, eredendően káros hatással vagyunk a környezetre. Ezzel együtt, a vállalkozások igyekeznek felhasználni a rendezvényeket arra is, hogy saját fenntarthatósági törekvéseiket bemutassák, és a rendezvényágazat segíti őket ebben. A fenntarthatósági szempontból megfelelő működés óriási lehetőséget kínál a vállalkozások számára a jó hírnevük építésére, az ügyfelek lojalitásának mélyítésére és új üzletek szerzésére.

Ha egy cég elmulasztja kommunikálni a jó cselekedeteit, az éppen olyan veszélyes, mint amikor eltúlozza a szerepét, amit az emberek „zöldre mosásként” (greenwash) aposztrofálnak. A fenntarthatóság érdekében tett intézkedések elhallgatása nem opció a vállalkozások számára. Egy felmérés szerint a lakosság 63%-a várja el, hogy a cégek hangsúlyosabban és átláthatóbb módon kommunikálják a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységüket. Betsy Reed, a Bulb fenntarthatósági tanácsadó cég stratégiai és kommunikációs vezetője könyvet is írt a hatékony társadalmi és környezetvédelmi kommunikációról.

A Trendriport szerint fontos megérteni, hogy mit is jelent valójában a fenntarthatóság, ami iparrá vált és a „környezetbarát” szinonimájaként is használják. A klasszikus Brundtland definícióból kiindulva, egy üzleti modell rendezvényszervezői megközelítésből akkor nem veszélyezteti a jövőt, ha (1) környezetvédelmi szempontból, (2) az egyén és a társadalom szempontjából, továbbá (3) a vállalkozás szempontjából is fenntartható. Ha a három aspektus közül az egyik is sérül, akkor valójában nem fenntartható az üzleti modell. A fenntarthatósági megközelítésnek a társadalmi, környezetvédelmi és gazdasági egyensúlyról kell szólnia.

A rendezvények esetében a tanulmány kiemeli többek között a megközelíthetőség kérdését. A Bulb nemrégiben közzétett jelentésére hivatkozva felveti a „láthatatlan fogyatékoságok” kezelésének fontosságát, tekintettel arra a hatalmas tömegre, amelynek kiszolgálása (vagy nem kiszolgálása) óriási potenciált jelent a rendezvényágazat számára. Hétből egy ember tapasztal meg valamilyen fogyatékoságot az élete folyamán. Ez a világ népességének a 15%-a. A fogyatékosággal élők 79%-a nem vett részt rendezvényen megközelíthetőségi akadály miatt. Ezért a fenntartható üzleti modellt célzó működés szempontjából a megközelíthetőség és a befogadás stratégiai kérdések.

A Trendriport érdekes példákat is hoz egyes országok fenntarthatósági törekvéseiből. Bemutatja Svédország arra vonatkozó terveit, hogy 2025-ben elkezdik egy faanyagból álló városrészt, a Stockholm Wood City építését. A modern faépületek olcsók, zöldek és tűzállók is lehetnek. A 250 ezer négyzetméter területen, tíz év alatt megvalósuló beruházás részeként kétezer lakást, hétezer irodát, valamint éttermeket és üzleteket hoznak létre. Elképzelhető, hogy ennek példájára modern konferenciaközpont-tervek is születnek a nagyon új típusú ökörendezvényekhez.

Sokféleség, esélyegyenlőség és befogadás

A DEI, azaz a Diversity, Equity, and Inclusion (sokszínűség, esélyegyenlőség és befogadás) szempontjából a nők által dominált és férfiak által vezetett rendezvényágazat még sok kívánnivalót hagy maga után – véli Kim Myhre az www.xdesigned alapítója. Egy közelmúltbeli Events Industry Council (EIC) jelentés szerint a rendezvényszakmában dolgozók 61%-a fehérbőrű; más etnikumok minimális arányban képviseltetik magukat, főleg, ami a vezetői pozíciókat illeti.

A DEI-szemlélet már nem csak a tehetséges, különleges képességű munkaerő megszerzése szempontjából fontos – hiszen az új, közösségtudatos munkaerő prioritásként kezelheti a munkáltató ezzel kapcsolatos elkötelezettségét – hanem az üzleti stratégia kritikus elemévé is vált. Számos mértékadó kutatásból kiderült ugyanis, hogy azok a cégek, amelyek szívesen alkalmaznak eltérő háttérrel, tapasztalattal és perspektívával bíró munkavállalókat, sokkal **innovatívabbak és ezáltal profitábilisabbak lesznek**. Ennek az az oka, hogy a sokszínűség erősíti a kreativitás és innováció kultúráját, ami friss ötleteket, új megoldásokat és eredményesebb rendezvényeket szül. **A rendezvényágazat jövőjének szempontjából különösen fontos, hogy a legjobb élmény-tervezés az ügyfelek kultúrájának, viselkedésének, szükségleteinek, preferenciáinak és elvárásainak emberközpontú megértésén alapuljon.** A DEI-szemlélet beépítésével a rendezvények tervezői képesek olyan eseményeket megvalósítani, amelyek jobban reflektálnak az eltérő közösségek igényeire; így, megszólítva és az élménybe bevonva érezhetik magukat a különböző háttérű, képességű, kultúrájú és etnikumú emberek is. Aki úgy érzi, hogy az identitását és szükségleteit tiszteletben tartják, az sokkal szívesebben vesz részt aktívan az adott rendezvényen és járul hozzá annak sikeréhez. A DEI stratégiai jelentőségének megértéséhez el kell fogadnunk, hogy „amit nem tudunk, azt nem tudjuk” és rejlenek az eltérőségben és befogadásban olyan ötletek és lehetőségek, amelyek innovatív, új megközelítésekhez és ezáltal jobb eredményekhez vezetnek.

Számos pozitív példa látható már azzal kapcsolatban, hogy a rendezvényszervezői szakma milyen gyorsan reagál ezekre az elvárásokra. Mindazonáltal meg kell említeni, hogy az előrelépések a rendezvényágazat költségén valósulnak meg és előfordulhat, hogy ami mondjuk a fenntarthatóság szempontjából előnyös, (pl. szőnyeg elhagyása) az negatív hatással van a hallókészülékkel rendelkezőkre. Emiatt van **jelentős szerepe a résztvevők és a szervezők közötti megfelelő kommunikációnak**. A DEI érdekében hozott döntéseknek arányosnak kell lenniük, nem várható el a rendezvényszervezőktől, hogy túlzásokba essenek az olyan ügyfelek igényeinek kiszolgálásában, akik részvétele egyébként bizonytalan. Nem szabad például abba a csapdába esni, hogy a rendezvényekhez köthető étel- és italpazarlást a DEI számlájára írjuk tekintettel az eltérő étrendet kívánó résztvevőkre, akik esetleg elmulasztották az erre vonatkozó igényüket előre bejelenteni. A kommunikáció tehát kulcsfontosságú és mindkét fél felelőssége.

A Downs Syndrome International által 2020-ban a konferenciaszervezők részére kiadott útmutató az alábbi főbb ajánlásokat fogalmazza meg:

1. Vonjunk be a szervezőbizottságba valakit, aki az adott értelmi fogyatékossgal él és hallgassuk meg a javaslatait.
2. A konferenciárészvétel drága lehet a fogyatékossgal élők számára. Tervezzünk az ilyen résztvevők és kísérőik költségeinek támogatásával.
3. Ellenőrizzük, hogy a meghívó szövege könnyen érthető és elég informatív legyen.
4. Gondoskodjunk a rendezvénnyel kapcsolatos információk megfelelő, világos és érthető kommunikációjáról.
5. Legyen egyszerű és többféle módon intézhető a regisztráció, illetve a fizetés módja. Biztosítsunk telefonos bejelentkezési lehetőséget azoknak, akik nem tudják használni a szükséges technikai eszközöket.
6. A rendezvényprogram legyen inkluzív, az igényekhez igazított.
7. Biztosítsuk, hogy az „egészséges” résztvevők is megfelelő információt kapjanak a rendezvény „befogadó” jellegéről és ne diszkriminálják a fogyatékossgal élő résztvevőket.
8. Gondoskodjunk előzetes információmegosztásról, hogy az érdeklődők időben meg tudják tervezni részvételüket.
9. Vonjunk be helyszíni segítőköt, kísérőket szükség szerint. A regisztrációs folyamat során gyűjtünk információt arról, hogy hány jelentkezőnek lehet ilyen segítőre szüksége. A segítők részvétele legyen ingyenes.
10. Online konferenciák esetében gondoljuk át a hozzáféréssel és technikai eszközökkel kapcsolatos igényeket.
11. Biztosítsunk egy találkozási lehetőséget a rendezvényt megelőzően, amelyen az érintettek tájékozódhatnak a rendezvény programjáról, megérthetik azt és kérdéseket tehetnek fel. Jelöljük ki egy kapcsolattartó személyt, akihez kérdéseikkel bármikor fordulhatnak a rendezvényt megelőzően.
12. Segítsük a rendezvényhelyszínre való eljutást, akár tömegközlekedési eszközök igénybevételevel is. Készítsünk egyszerű térképet, helyezzünk el ideiglenes útbaigazító jelzéseket, vagy készítsünk az odajutást elmagyarázó videót.
13. Ellenőrizzük a rendezvényhelyszín fizikai megközelíthetőségét. Az értelmi fogyatékossgal élőknek is lehetnek a fizikai megközelíthetőséggel kapcsolatos igényeik.
14. Gondoskodjunk a rendezvényhelyszín személyzetének megfelelő felkészítéséről, hogy tiszteletben tartsák az értelmi fogyatékossgal élő résztvevőket. A legjobb, ha az érzékenyítő tréninget fogyatékossgal érintett szakember, illetve szakmai szervezet képviselője tartja.

15. Vonjunk be értelmi fogyatékossgal élő előadókat vagy moderátorokat, akik a rendezvény befogadó szellemiségét jelképezik.
16. Készítsük fel a többi előadót is a befogadó-szemléletű előadásmódra, annak érdekében, hogy az előadás érthető legyen minden résztvevő számára.
17. Biztosítsunk egy mindig rendelkezésre álló segítségnyújtó helyet és személyt.
18. Gondoskodjunk arról, hogy a rendezvényt követően visszajelzést adhassanak a résztvevők, például egy hozzáférhető, egyszerű kérdőív kitöltésével.

Virtuális élménygazdaság

A virtuális élménygazdaság az élménygazdaság közgazdasági elmélet kiterjesztéseként jött létre. Az élménygazdaság azt a jelenséget írta le, ahogy a modern fogyasztók preferenciái a fogyasztási cikkektől az élmények szerzésének irányába mozdultak el. Ennek kiteljesedését egy nagyjából tíz évet felölelő időszakra becsülték. A virtuális élménygazdaság a **technikának az élménybe épülésével** járó újabb tíz éves időszakot ölelhet fel, ami kb. 2029-ig tart. A rendezvényszervező szakemberek nagy része korábban elutasította a technikai eszközök önkényes használatát, és csak azokat az innovációkat kívánta felhasználni, amelyek a rendezvény hozzáférhetőségét és fenntarthatóságát segítették, vagy hozzájárultak a résztvevők jóllétéhez. A virtuális élménygazdaság eddigi, közel öt éves időszaka alatt a feltörekvő trendek beépültek a gyakorlatba. Érdemes egy modern, a virtuális élménygazdaság szülte rendezvényen keresztül megvizsgálni a technikai adaptáció módját.

Továbbra is gyorsan terjed az **arcfelismerés** technikája, amelynek köszönhetően csökkenthető a sorban állás a rendezvényekre történő beléptetésnél. Egyes cégek azonban már az „etikus arcfelismerés” módszerét népszerűsítik, ami nem csak adatvédelmi szempontból fontos, hanem a rendezvényszervezők felelősségteljes hozzáállását is mutatja és segíti ennek a relatíve új technikának az elfogadását. Ezzel együtt, ahogy az AI egyre több komplex adat feldolgozására képes, már az érzelmi megnyilvánulásokat is nyomon követhetik. Egyes rendezvények már olyan technikával kísérleteznek, ami a résztvevők legapróbb arckifejezéseit is megfigyeli az elégedettség mérése céljából. Nem kell sokat várni, amíg a technikát széles körűen alkalmazzák a rendezvény értékelésére, fejlesztésére és a közönségélmény gazdagítására.

A másik, rohamtempóban fejlődő technika a **feliratozás** „captioning”, amely szintén a mesterséges intelligenciának köszönheti előretörését. Nem csak arra képes, hogy élőben feliratozza a beszélőket, hanem arra is, hogy szimultán fordítsa őket világszerte. Az „okos” feliratozás ráadásul árnyaltabbá tudja tenni a fordítást, ezzel segítve az elhangzottak jobb megértését. Ez a technika azt az igényt elégíti ki, hogy a rendezvény tartalma elérhetővé váljon az érzékszervi fogyatékossgal élők, vagy a rendezvény nyelvétől eltérő nyelven beszélők számára is. Ezáltal a rendezvény új és sokszínű közönség számára válhat vonzóvá, ami segíti a rendezvény márkaépítését, hatókörének bővítését és üzenetének erősítését. Ez, a szintén AI algoritmusok által támogatott technika folyamatosan fejlődik az AccessLOOP mellett, amely lehetővé teszi az események résztvevői számára, hogy ugyanazt a tartalmat más és más nyelveken fogyasszák.

Mindemellett a Holoplot cég olyan magával ragadó élményt nyújtó „fényszobákat” (Lightrooms) hozott létre, amelyekben világhírű festők művészi alkotásaiba sétálhatunk be, ahol teljesen elmerülhetünk a minket 360 fokban körülvevő élményben. Ugyanakkor elmosódnak a határok a részben fizikai és digitális, illetve a teljes egészében digitális élmények között, ahogy azt a virtuális élménygazdaság következő szakaszában, a metaverzumban tapasztalhatjuk majd.

Bár a Metaverse technika, a virtuális élménygazdaság kialakulásának kezdetén, rövid időre lázba hozta a világot, később veszített népszerűségéből a rendezvényszervezők nagy részének körében. De ahogy fejlődik és egyre nagyobb tért hódít az üzleti rendezvények

világán kívül, ismét ráterelődhet a figyelem. A szórakoztatóipar például folyamatosan halad a technikai fejlődéssel és lenyűgöző fényshow-kat produkál meta platformokon. A kiskereskedelmi és oktatási ágazat is hasonlóképpen művésziileg megkomponált élményeket kínál azoknak, akik az eddigieknél sokkal varázslatosabb módon kívánnak vásárolni vagy tanulni. Ezek az élmények a rendezvények résztvevőinek elvárásait is növelik, ami szükségszerűen odavezet, hogy a rendezvényszervezők újra átgondolják az ezzel kapcsolatos lehetőségeket. A nem annyira közeli jövőt vizsgálva, a Metaverse lehetséges formáit újragondolják, amiben továbbra is szerepet fog játszani az érzékszervek bevonása. Az Economist egyik cikke a „Hogyan vigyünk illatokat a Metaverzumba” címmel foglalkozik ezzel a területtel; további kísérletek folynak az ezt célzó „Smell-O-Vision” koncepcióval kapcsolatban. A Nature Communications című szaklapban megjelent egyik tanulmányban például olyan, ragtapasz méretű „szagló interfészekről” lehet olvasni, melyek – akár egy állbajusz – az orr alá illeszthetők. Még alkalmasabbnak tűnnek az ugyanerre a célra fejlesztett rugalmas arcmaszkek. A virtuális élménygazdaság egyre inkább a „rétegzésről” és „kiterjesztésről” szól, nem annyira a teljes virtuális átállásról. Az egyre kifinomultabb technikákat, az elsőre vizuálisan stimuláló fizikai élményekre „rétegzik”, majd újabb rétegeként következik az egyéb érzékszervek bevonása. A technika előretörésével egyre jobban behatolunk a rendezvénylátogatók magánszférájába, akár a fizikai interakciókat, akár a látogatók által megosztani, vagy nem megosztani kívánt – magán, illetve szakmai jellegű – adatokat nézzük. Fontos, hogy ne sérüljön a rendezvény és közönsége között meglévő bizalom; ellenkező esetben mindezek a technikák bukásra vannak ítélve.

A londoni ExCeL rendezvényközpont például, a OnePlan szoftver segítségével létrehozta a saját hiper-realistikus másolatát, hogy segítse a rendezvényszervezőket a helyszín megismerésében és eseményük/megjelenésük megtervezésében. Ezzel csökkenthető a helyszín személyes felkereséseinek száma és lehetővé teszi a szervezőknek, hogy rendezvényüket vizuálisan bemutathassák a döntéshozók és potenciális partnereik számára.

ÜZLETI TRENDÉK

Az üzleti trendek fejezetén belül az alábbi négy szektor teljesítményét és perspektíváit veszi górcső alá a jelentés, tekintettel arra, hogy ezek az ágazatok gyakorolják a legnagyobb hatást a rendezvényágazatra.

- **Pénzügyi- és bankszektor**
- **E-sport és szerencsejáték**
- **Információs és kommunikációs technika**
- **Gyógyszeripar**

Fenti ágazatok elemzéseit jelen magyar nyelvű összefoglaló nem tartalmazza.

ÉLMÉNYTRENDÉK

Céges rendezvények

Az ICE Community (International Corporate Event Planners Community), a rendezvényszervezők egyik legelismertebb szakmai köre, minden évben kutatást végez a szegmens helyzetének, lehetőségeinek és trendjeinek feltérképezése érdekében.

A vállalati rendezvények szektorát vizsgáló 2023-as benchmark kutatás az Egyesült Királyság, Európa és Észak-Amerika piacát elemzi olyan válaszadók segítségével, akik a világ minden részén szerveznek rendezvényeket. A kutatás négy fő területre fókuszál: (1) A céges rendezvényszervező csapatok felépítése és feladatai; (2) A rendezvényszervezés technikai követelményei; (3) A hibrid, digitális és jelenléti formában tartott rendezvények előnyei; (4) A

fenntartható rendezvényszervezés korlátai. Az élő rendezvények ismételt előtérbe kerülése újabb kihívások elé állította a vállalati rendezvényszervező csapatokat, amelyeknek a költségvetési szigorítások és az emelkedő árak miatt hatékonyabb megoldásokat kell keresniük.

A kutatásban részt vevő szakemberek jelentős, 52%-a adott hangot elégedetlenségének a jelenlegi fizetését illetően, miközben a munkaterhek növekedése egyre több szabadúszó munkaerő bevonását teszi szükségessé. Ez a tendencia a világ számos részén megjelenő megélhetési válságot jelzi, ami a rendezvények költségeire is kihat. Hasonlóképpen, a világ számos részét sújtó erőforrásválság is hatással van a rendezvényágazatra és ezen belül a céges rendezvényszervező csapatok dinamikájára. Kétségtelen, hogy világjárvány során elvesztett tehetséges munkaerőt kétségbeesetten igyekeznek pótolni és a meglévő munkaerőt is továbbképezni. A rendezvényszervezők két évnyi felhalmozott keresletet próbálnak kielégíteni, ugyanakkor fokozott igényt mutatnak befektetéseik gyorsabb és hatékonyabb megtérülésére is. A kutatás rámutat, hogy mindez magával vonja a hatékonyságot növelő technikai eszközök iránti igény bővülését. A rendezvényszervezők igyekeznek kihasználni a rendezvénytechnikai platformok által kínált különböző lehetőségeket a regisztráció megkönnyítésétől a költségvetés készítésén át a rendezvényértékelésig. Mindez, a rendezvénytechnikai ágazatban tevékenykedő cégek malmára hajtja a vizet.

Egy másik, korábban ebben a jelentésben nem vizsgált terület a szabadúszók szerepe. Ők azok, akik mind a házon belüli rendezvényes csapatok, mind pedig az őket kiszolgáló rendezvényügynökségek elsődleges segítői lehetnek. Az ICE kutatása részletesen foglalkozik ezzel a témával. Kiderül többek között, hogy a válaszadók növekvő érdeklődést mutatnak a szabadúszó munkaerő bevonására, ugyanakkor többségük nincs tisztában igénybevételük módjával és a munkájukért járó díjazás mértékével. Ez megerősíti azt az igényt miszerint sokkal átláthatóbb árképzési struktúrára van szükség a szabadúszók piacán. Azok körében is széles skálán mozog a szabadúszók napidíjának mértéke, akik rálátással bírnak erre a piacra. A többség szerint 400 eurótól 800 euróig terjed a napidíjak összege, az adott munkavállaló képességeitől és szakértelmétől is függően. Ez jól tükrözi a szabadúszó árképzés dinamikus jellegét és a rendelkezésre álló munkaerő sokféleségét. A teljes kép megértéséhez hozzátartozik, hogy a világjárvány aránytalanul súlyos mértékben érintette a szabadúszókat, akiknek semmilyen védőháló nem nyújtott biztonságot. Nem meglepő tehát, hogy most, amikor soha nem látott mértékű kereslet tapasztalható irántuk, a fizetési igényük is a kereslettel párhuzamosan nő.

Az ICE kutatás azonosít még egy olyan területet, ahol a házon belüli rendezvényszervező csapatok kihívásokkal néznek szembe. Nem kis aggodalmat kelt a belső rendezvényszervezők körében az, hogy gyakran nem tisztázott a helyük és szerepük a céges struktúrában. A feladatkörök világos meghatározásának, sztenderdizálásának hiánya szerepzavarokhoz vezet, ami megnehezíti a felelősségre vonást és a teljesítményértékelést. Hasonlóképpen, a munkakörök sokfélesége is kérdéseket vet fel a szerepek egyértelműségével kapcsolatban. Ez a keveredés nehézségekhez vezethet a karrierépítéshez és fejlődéshez szükséges egyértelmű elvárások megfogalmazásában is. Ugyanakkor – állapítja meg a kutatás – a vállalat döntéshozói erőfeszítéseket tesznek annak érdekében, hogy világosan lássák a rendezvényszervező csapatok értékét és hatását. Sürgősen egyértelműbb kommunikációra van szükség a belső rendezvényszervezők munkájának és hozzáadott értékének elismertetése érdekében. Optimizmusra ad okot, hogy a rendezvények helye a nagyvállalati struktúrában egyre világosabbá válik. Az ICE régóta támogatja azt a nézetet, miszerint egy rendezvény valódi értékét az értékesítési és/vagy marketing funkciókon keresztül lehet felmérni. A megkérdezettek 71%-a nyilatkozott úgy, hogy a vállalati struktúrán belül a marketingrészleghez kapcsolódnak, szemben a korábbi évek 55%-ával. Ezt az elmozdulást pozitívként kellene értékelni az iparág hosszú távú jövője szempontjából.

A fenntarthatóság továbbra is a belső rendezvényszervezők prioritása marad. A rendezvények az elsődleges fórumai a vállalat fenntarthatósági céljai, értékei és eredményei bemutatásának. A cégek egyre inkább azáltal növelik népszerűségüket, hogy a célközönségük elvárásaival rokon hozzáállást tanúsítanak a társadalmi értékekhez, esélyegyenlőséghez, befogadáshoz és fenntarthatósághoz. Az eseményeknek ugyanakkor meg is kell felelniük annak, amit hirdetnek, és a korábbiakkal ellentétben, számon is kéri rajtuk ígéreteiket. A rendezvényszervező csapatnak ezért állandóan mérnie és értékelnie kell. Az ICE jelentése azonban megjegyzi, hogy bár ígéretes lépések történtek az olyan kezdeményezések tekintetében, mint a műanyagfelhasználás csökkentése, a QR kódok használata, a széd-dioxid kibocsátás monitorozása vagy a papírmentes rendezvények, a gyakorlati kihívások továbbra is megnehezítik a fenntarthatósági intézkedések szélesebb körű alkalmazását. A legnagyobb akadállyal a költségeket látja a megkérdezettek mintegy 40%-a, ezt követi a korlátozott erőforrások (23%) és az ismeretek hiányának (15%) említése. Rámutatnak, hogy bár a fenntarthatóság hosszú távon megtakarítást hozhat a vállalkozásnak, rövid távon plusz költségeket jelenthet. Jó példa erre a szén-dioxid kibocsátás ellensúlyozására való törekvés, ami hosszú távon energiaköltség-megtakarítást eredményez a vállalatnak, ugyanakkor a zöldenergiák felértékelődnek, aminek a költségei megnövelik a rendezvény költségeit is. A széd-dioxid ellentételezését sok cég teljesen elutasítja, mert azt gondolja, hogy ezzel megvásárolják a jogot a fenntarthatatlan működésre, ami ellentétes az értékrendjükkel. Azok, akik igyekeznek felzárkózni, gyakran találják szemben magukat egy megnövekedett 'zöld' költségvetéssel és a rájuk gyakorolt ökológiai nyomással. A legnagyobb vita a szabványosításról szól az iparágban, ami szintén okozhat bizonyos mértékű ökológiai aggodalmat. Az ICE kutatása egyértelműen azt mutatja, hogy szabványokra és következetességre van szükség a fenntartható rendezvények esetében a megfelelő mérés biztosítása érdekében.

Végül, a kutatás a rendezvénytechnika fejlődésének fényében is vizsgálja a rendezvényágazat változását. Az adatok azt mutatják, hogy a rendezvények formáját illetően jelentős elmozdulás történt az elmúlt évben. Nem meglepő, hogy az élő rendezvények döntő mértékben visszatértek: a válaszadók 95%-a számolt be növekedésről. A hibrid események esetében 35%-os bővülést tapasztaltak az előző évhez képest, ezzel szemben a digitális események száma jelentősen csökkent: a válaszadók csupán 30%-a jelentett növekedést. Az élő közvetítések száma nem változott, ami az ezek iránti igény állandóságát mutatja. Ebben a dinamikusan változó környezetben ki kell emelni a rendezvényszervezők innovációs és alkalmazkodó képességét. A jelentés szerint a corporate event szektor trendjei arra a veszélyre figyelmeztetnek, hogy a vállalati rendezvényszervezők jólléte és elégedettsége nem kap elég figyelmet és továbbra is megoldandó kérdés marad. Ezeknek a szakembereknek támogatásra van szükségük. Ha megkapják, a rendezvényágazat közösségének első számú szóvivői lehetnek és jelentősen hozzájárulhatnak az iparág növekedéséhez.

Szövetségi rendezvények

A szövetségi konferenciák szegmensének bemutatásához elsősorban az ICCA adatait veszi alapul a Trendriport. A pandémia alatt felfüggesztett ICCA-rangsor-kutatást 2022 végén ismét elkészítették. Ezáltal jól összehasonlíthatóvá vált a pandémia előtti és utáni időszak, világosan megmutatva a rendezvényszervezők desztinációválasztási preferenciáinak változásait a személyes találkozókhoz való visszatérést követően.

TOP 20 desztináció 2022/2019

Rank 2022	↑ ↓ 2019	Country	Meetings 2022
1	(0)	U.S.A	690
2	(+2)	Spain	528
3	(+3)	Italy	522
4	(-2)	Germany	484
5	(-2)	France	472
6	(-1)	United Kingdom	449
7	(+3)	Portugal	294
8	(+1)	Netherlands	253
9	(+5)	Belgium	234
10	(+1)	Canada	233
11	(+5)	Austria	232
12	(-4)	Japan	228
13	(+8)	Greece	185
14	(0)	Sweden	179
15	(+2)	Switzerland	175
16	(+5)	Denmark	169
17	(-4)	Republic of Korea	162
18	(+14)	Ireland	152
19	(+11)	Norway	148
20	(+4)	Czech Republic	146
20	(+5)	Finland	146

Rank 2022	↑ ↓ 2019	City	Meetings 2022
1	+5	Vienna	162
2	0	Lisbon	144
3	-2	Paris	134
4	0	Barcelona	133
5	+4	Prague	129
6	-1	Madrid	128
7	-4	Berlin	113
8	+9	Athens	109
9	+19	Brussels	108
10	-2	London	106
11	+5	Dublin	105
12	0	Copenhagen	102
13	-6	Singapore	101
14	+4	Rome	79
15	-1	Amsterdam	73
16	+13	Helsinki	69
17	+18	Oslo	67
18	-7	Buenos Aires	66
18	-3	Seoul	66
18	+4	Stockholm	66
18	+14	Milan	66

A TOP 20 desztinációt (országot és várost) bemutató táblázatban sem Magyarország, sem Budapest nem szerepel. Az USA megőrizte vezető helyét, míg a következő 10 helyen nyugat-európai országok osztoznak. Ez is jól mutatja a biztonságosnak ítélt desztinációk iránti növekvő keresletet. A legtöbb előrelépéssel Görögország (+8), Írország (+14) és Norvégia (+11) büszkélkedhet. A városok rangsorában Bécs, ötöt előre lépve került az első helyre, megelőzve a hagyományosan vezető szövetségi konferenciahelyszín Lisszabont, Párizst, Barcelonát, Prágát és Madridot. Ez, a biztonság szerepének felértékelődése mellett egy újabb trend, a „semlegesség” fontosságának megjelenését is jelzi a helyszínválasztási döntési folyamatban. Brüsszel, Helsinki, Oslo és Stockholm előretörését is ez magyarázhatja.

Azonban, egyes szakemberek egyre inkább osztják azt a véleményt, hogy a világ egyszerre több pontján zajló konferenciák, a hibrid technológiákkal kombinált csomóponti (hub) vagy szatellit típusú találkozók térnyerésével, már nem a földrajzi elhelyezkedés vagy az infrastruktúra a döntő szempont a helyszínválasztásnál: minden a márkáról és a helyszíni kapcsolatokról szól.

Mindazonáltal elmondható, hogy a szövetségi konferenciákkal kapcsolatos döntések még mindig elsősorban a költségvetés függvényében születnek. A szektor számára 2024-ben a legnagyobb kihívás az lesz, hogy az új trendek és ötletek ne essenek a költségvetési megszorítások áldozatául. Milyen hatékonysággal lehet a hibrid rendezvényeket értékesíteni? Milyen befektetéseket szükséges eszközölni (ha szükséges) a fenntarthatóbb rendezvényekhez? Többet kell áldozniuk a konferenciáknak a tartalmat befogadhatóbbá és elérhetőbbé tevő technológiákra, például a jelnyelvre és a feliratozásra?

A rendezvényszervezői ágazat szempontjából nem kevésbé fontos, hogy a szövetségek megtalálják a szükséges költségvetési egyensúlyt és támogatókra leljenek az őket fogadó helyszínekben és desztinációkban.

Ezzel együtt, a befogadás, fenntarthatóság és megközelíthetőség továbbra is elsődleges prioritást élveznek a kihívások között a rendezvényszervezők körében, különös tekintettel az ICCA-hoz kapcsolódó közösség esetében.

Az ICCA vezérigazgatója, Senthil Gopinath, egy kutatásukra hivatkozva hangsúlyozta, hogy a szövetségek elsődleges bevételi forrásai továbbra is az üzleti találkozók és rendezvények. Kiemelte a rugalmasság növekvő szerepét a szövetségek és partnereik viszonyában, ami a sikeres együttműködés záloga, legyen szó a szerződési feltételek kialakításáról, a kockázat- vagy tudásmegosztásról. Az ICCA büszke arra, hogy tagjaival megoszthatja a szövetségek elvárásait és ezáltal lehetőség nyílik arra, hogy az ICCA-tagok az igényeknek megfelelő rendezvényeket tudjanak kiejáratni és megszervezni.

Ösztönzőutak

A jelentés egyik szakértő forrása korunk egyik érdekes ellentmondására mutat rá. Eszerint, bár az ágazatra ható trendek között kiemelkednek az emberi mivoltunkból fakadó olyan igények, mint a kultúraépítés és a személyre szabott szolgáltatások iránti igény, a résztvevők egyik legfontosabb célja egy incentive utazáson való részvétel kapcsán mégis az, hogy a közösség elismerésében részesülhessenek.

Ebből a Trendriportból következetesen az derül ki, hogy az ösztönzőutak a barométer szerepét játsszák a rendezvényágazat többi szegmense szempontjából, előre jelezve azok trendjeit, növekedését, dinamikáját. Ez az ellentmondás, a hiper-perszonalizáció és a kollektív elismerés iránti igény, áthatja az egész üzleti világot és a társadalmat, egyszerre jelentve kihívást és lehetőséget a rendezvényszervezők számára. A közösségi média generációkon át annak jelentőségére trenírozta a fogyasztókat, hogy egy közösség „lájkolja” és „kövesse” őket. Ugyanakkor, az individualizmusra való törekvés alapvető emberi igénye ellentmond a közösségi „státusz” megszerzésére irányuló, szintén alapvető emberi igénynek, ami a stratégiai tervezés irányait szét húzza. Azok lehetnek a fő nyertesei ennek a folyamatnak, akik mindkét elvárásnak meg tudnak felelni.

Ez a tendencia jól illeszkedik egy másik társadalmi trendhez is, nevezetesen az egyre szétszórtabban tevékenykedő munkaerő témájához. A valóságban ugyanis meglehetősen nehéz kivívni a közösség elismerését a saját konyhánkból dolgozva, ezért az incentive utazásoknak nem csak a szétszórta elhelyezkedő munkaerő összehozása a feladata, hanem növekvő mértékben az is, hogy a munkavállalók megkapják a közösségtől annyira vágyott elismerésüket. Az elismerés ezért minden incentive program szerves része.

A megkérdezett szakértő kitér az ösztönző utak mennyiségének alakulására is. Értékelése szerint, bár a növekedés megtorpant, még mindig bővülésről beszélhetünk. Ezt, az Incentive Research Foundation által összeállított Incentive Travel Index (ITI) is alátámasztja. Ennek előrejelzése szerint az ösztönző utakon részt vevő munkavállalók száma növekedni (válaszadók 36%-a), vagy jelentős mértékben növekedni (válaszadók 12%-a) fog 2023-ban, míg 2024-re a válaszadók 45%-a prognosztizál növekedést, illetve 16%-uk jelentős

növekedést. Ezzel összefüggésben a bevételek emelkedését is várják, ami kétségtelenül tükrözi az incentive utazások szervezését is érintő, növekvő kiadásokat, ugyanakkor érzékelteti az ilyen programok jövőjébe vetett általános bizalmat.

A már negyedik éve összeállított ITI, az öt jól elkülöníthető ösztönzőút szakterület helyzetét tárja fel 74 desztinációt és 19 iparági vertikumot képviselő több mint 1400 incentive travel szakember bevonásával.

Az ITI vizsgálja, hogy melyek az ösztönzőutazások résztvevői körében legnépszerűbb programok. A válaszadók 76%-a értékeli nagyra a kapcsolatépítést segítő programokat, 66% a csoportos kulturális élményeket kedveli, 61% pedig a csoportos étkezést helyezi előtérbe. Ezek mindegyike közös aspektus, ugyanakkor kimutatható a szabadidő iránt növekvő igény is (54%), ami ismét alátámasztja a személyre szabottabb programok növekvő jelentőségét. Ezek a változások befolyásolják a desztinációválasztást, ahol a geopolitikai és földrajzi szempontok is latba esnek. Az incentive programok elsődleges célja továbbra is az emlékezetes és nem csak pénzügyi szempontból értékes programok nyújtása. Az „Emerging és transformative” travel (valamilyen fontos célt kitűző és megvalósító, az egyén és az érintett közösség életébe is változást hozó utazás) új lehetőségeket nyitnak meg Afrika és az Ázsia-csendes-óceáni térség számára. A jelentés készítésének időpontjában a közel-keleti térség is a feltörekvő desztinációk közé pozícionálta magát, amit nyilvánvalóan hátrányosan befolyásol az izraeli-palesztin konfliktus. Megjegyzendő, hogy az ITI jelentés is kiemeli a biztonság szerepét a desztinációválasztásban.

A gyakran közvetlenül konferenciákhoz kapcsolódó ösztönzőutak szegmense befolyásolja a céges üzletmenetet és kiemeli a személyes találkozók és élményszerzés jelentőségét. Összességében a szegmens folyamatos növekedése várható, ami a rendezvényágazat egészére pozitív hatással van.

KONKLÚZIÓ

A trendjelentés konklúziója, hogy a „virtuális valótlan-sággal” szemben a rendezvényipar által szervezett személyes találkozók jelenthetik a megoldást. A technikai fejlődés, a mesterséges intelligencia ugyanis az eddigi legnagyobb egzisztenciális kihívást fogja jelenteni az emberiség számára az ökológiai tragédiák, globális konfliktusok, éhség és betegségek mellett. Az AI a bizonytalanság, a megtévesztés és megosztottság táptalaja is, így komoly biztonsági kockázatot jelent. Honnan tudhatjuk, hogy kivel beszélünk; hogy hihetünk annak, amit hallunk vagy látunk? A rendezvényágazat e globális problémára adhat választ. Nem csak a személyes találkozások által, hanem a high-tech világ ellenszerként kínált low-tech megoldásokkal is. 2024 az egyensúlyozás éve lesz több szempontból is – szögezi le a Trendriport.

A rendezvényágazatban a felelősségteljes növekedés áll szemben az egyre bővülő tennivalók listájával, bármennyire is etikus és környezetvédelmi szempontból is kritikus ambícióink által vezérelve próbálunk működni azzal a céllal, hogy egy még erősebb és fenntarthatóbb iparágat hozzunk létre. Ugyanakkor meg kell találnunk az egyensúlyt a technika, leginkább az MI tömeges alkalmazása és a között, hogy rendezvényeink résztvevői számára kellően tartalmas élményeket biztosítsunk. Egyensúlyozást kíván az is, hogy a személyes találkozások igényeit kielégítve egyénre szóló programot kínáljunk, miközben biztosítsuk az adott csoporthoz való tartozás élményét is. Hogy tudjuk az előttünk álló nehézségeket lehetőséggé változtatni? Mi a találkozók és rendezvények szerepe a globális geopolitikai, gazdasági és ökológiai helyzetben? Egy biztos: a kulcs a személyes találkozás, hiszen a konfliktusok oka soha nem a túl sok, hanem mindig a túl kevés kommunikáció. A nagy problémák nem oldhatók meg messziről: együttműködésre és csapatmunkára van szükség. A rendezvényszervező szakmának a saját szerepét az emberiség problémáira kínálható globális megoldásként kell néznie.

Forrás:

IBTM WORLD TRENDS REPORT 2024 – written by ALISTAIR TURNER

<https://www.ibtmworld.com/en-gb/forms/trends-watch-report.html>

Ez a magyar nyelvű kivonat nem az eredeti tanulmány szó szerinti fordítása és nem tartalmazza annak minden részét. Bármilyen formában történő felhasználása, idézése csak a MaReSz mint forrás megjelölésével megengedett!