

Präsenzveranstaltungen als Quelle der Inspiration und Personalbindungsmittel

Milena BOCKSTAHLER, Tilman NAUJOKS, Mitja JURECIC, Stefan RIEF

*Fraunhofer Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO,
Forschungsbereich Organisationsentwicklung und Arbeitsgestaltung,
Nobelstraße 12, D-70569 Stuttgart*

Kurzfassung: Neben dem Wandel der Arbeitswelt durch die Corona-Pandemie haben sich auch im Bereich der Geschäfts- und Veranstaltungsreisen als Teil unseres Arbeitslebens weitreichende Veränderungen entwickelt. Fragen nach den Kosten, dem Mehrwert einer Geschäfts- oder Veranstaltungsreise, aber auch den Wert dieser für Inspiration und das Erlangen neuer Ideen rücken dabei in den Fokus. Das Fraunhofer IAO hat dazu eine Studie durchgeführt, um herauszufinden, warum Menschen zukünftig Geschäfts- und Veranstaltungsreisen durchführen. Die Ergebnisse zeigen, dass Vor-Ort-Veranstaltungen und Geschäftsreisen als entscheidende Inspirationsquellen fungieren und, dass diese nicht einer einfachen Kosten-Nutzen-Abwägung unterworfen werden sollten, sondern unter anderem als Personalbindungsmittel und als Inspirationsquelle eingesetzt werden sollten.

Schlüsselwörter: Business Events, Innovation, Inspiration, Ideengenerierung, Präsenzveranstaltungen, Vor-Ort-Veranstaltungen, Geschäftsreisen

1. Geschäftsreisen und Veranstaltungsteilnahmen neu definieren

Die Corona-Pandemie hat in Hinblick auf unsere Arbeitswelt nicht nur unsere Art vom Büro oder von zu Hause aus zu arbeiten, verändert, sondern vor allem auch die Anzahl an Geschäfts- und Veranstaltungsreisen haben sich infolge der Pandemie reduziert. Dadurch hat sich nicht nur das Geschäftsreiseverhalten und die Zusammenarbeit verändert, sondern wurde durch neue digitale Formen erweitert. Aufgrund dieses Transformationsprozesses und um diese damit einhergehende Form des digitalen Zusammenarbeitens auszugleichen, werden Geschäfts- und Veranstaltungsreisen in Zukunft weiterhin für unser Arbeitsleben von großer Bedeutung sein und mit einem neuen Verständnis betrachtet werden. Innerhalb dieser neuen Betrachtung kommt der Frage nach der Wirkung von Geschäfts- und Veranstaltungsreisen als Inspirationsquelle für neue Ideen und Innovationen eine entscheidende Rolle zu.

Um sich der Frage nach der Inspirationskraft von Vor-Ort-Veranstaltungen zu widmen, wurden im Sommer 2022 knapp 2.000 Personen innerhalb einer Befragung hinsichtlich ihrer Inspirations- und Ideenfindung befragt, mit dem Ziel herauszufinden, in welcher bestimmten Situation die meisten Ideen für den beruflichen Alltag zustande kommen.

1.1 Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen als Quelle für Inspiration und neue Ideen

Die Ergebnisse zeigen, dass Inspirationsquellen wie etwa der kreative Austausch mit Kolleginnen und Kollegen (12 %), im Büro am Arbeitsplatz (12 %) oder zu Hause im Homeoffice (11 %) auf den vordersten Rängen platziert wurden. Direkt an vierter Stelle rangiert jedoch die Teilnahme an Vor-Ort-Veranstaltungen (9 %) und auf dem siebten Platz die Geschäftsreise mit Kolleg*innen (7 %). Setzt man diese Zahlen in das Verhältnis zur Gesamtarbeitszeit, zeichnet sich ein interessantes Bild ab. Gemessen an den Gesamtarbeitstagen pro Jahr macht der Anteil der Veranstaltungstage laut der Erhebung im Durchschnitt etwa 5 % der Arbeitszeit aus. Während dieser Zeit entstehen bei den Befragten rund 9 % ihrer Ideen für den beruflichen Alltag – ein auf die Gesamtarbeitszeit gerechnet überaus aussagekräftiger Wert. Im Vergleich dazu befinden sich Mitarbeitende täglich in den weiter vorne platzierten Situationen. Damit ist die Rate von Inspiration und Ideengewinnung auf Reisen und Veranstaltungen gegenüber dem alltäglichen Arbeitsleben deutlich erhöht.

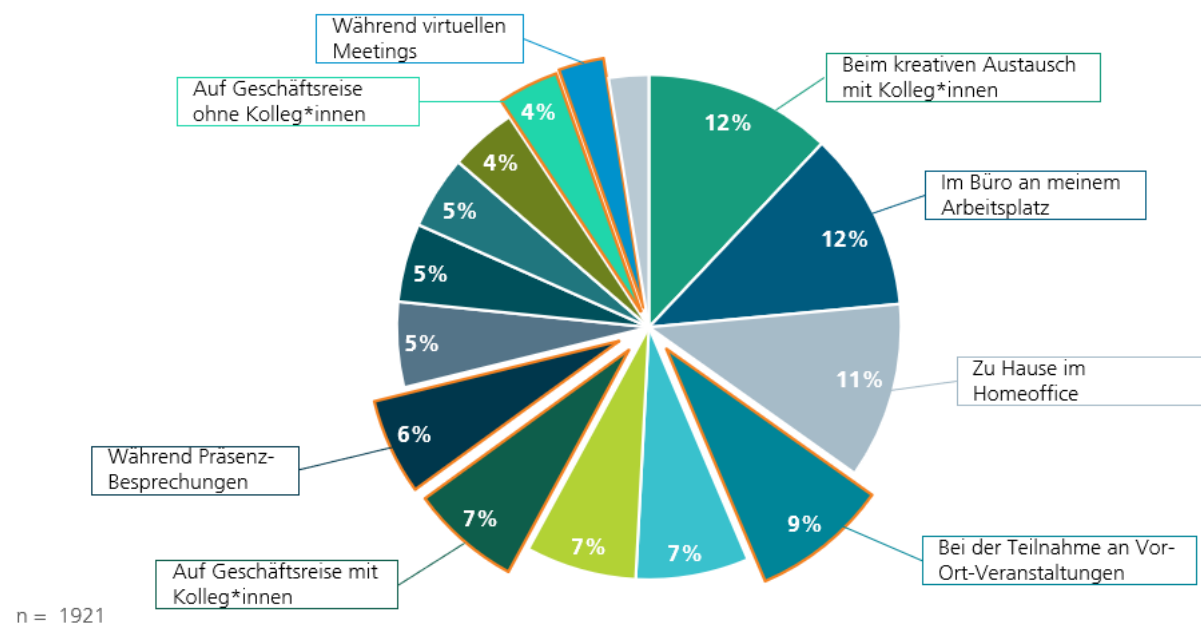


Abbildung 1: Quellen für Inspiration und neue Ideen im beruflichen Alltag.

1.2 Inspiration und neue Ideen auf Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen in Abhängigkeit des Alters der Befragten

Die Ergebnisse sind weitestgehend unabhängig von der Altersgruppe der Befragten. So schwankt die „Teilnahme an Vor-Ort-Veranstaltungen“ als Inspirationsquelle in den unterschiedlichen Altersgruppen zwischen 7 und 10 % und damit dem fünften (bis 35 Jahre) und dem dritten Platz (46–55 Jahre).

Unabhängig der beruflichen Alltagssituation gaben mehr als 60 % der Befragten an, durch Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen neue Ideen und Inspiration zu erlangen. Vor-Ort-Veranstaltungen sind somit eine entscheidende Möglichkeit, neue Ideen zu erlangen und können als eine überdurchschnittliche Inspirationsquelle definiert werden.

**Abbildung 2:** Gründe für Veranstaltungsbesuche

1.3 Ideenfindung auf Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen in Abhängigkeit von der Freude Geschäftsreisen zu unternehmen und an Veranstaltungen teilzunehmen

Ein weiterer Faktor, welcher Einfluss auf die Inspirations- und Ideenfindung auf Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen nimmt, ist die Freude Geschäftsreisen zu unternehmen und an Vor-Ort-Veranstaltungen teilzunehmen. Hierbei lässt sich ein starker positiver Zusammenhang zwischen den einzelnen Variablen feststellen.

Mit steigender Freude Geschäftsreisen zu unternehmen oder an Vor-Ort-Veranstaltungen teilzunehmen, nimmt die Gewinnung von Inspiration und neuer Ideen auf Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen entsprechend zu. Besonders stark ist dabei der Zusammenhang zwischen der „Freude Geschäftsreisen zu unternehmen“

und dem Finden und Erreichen von „Neuen Ideen und Inspiration auf Geschäftsreisen“.

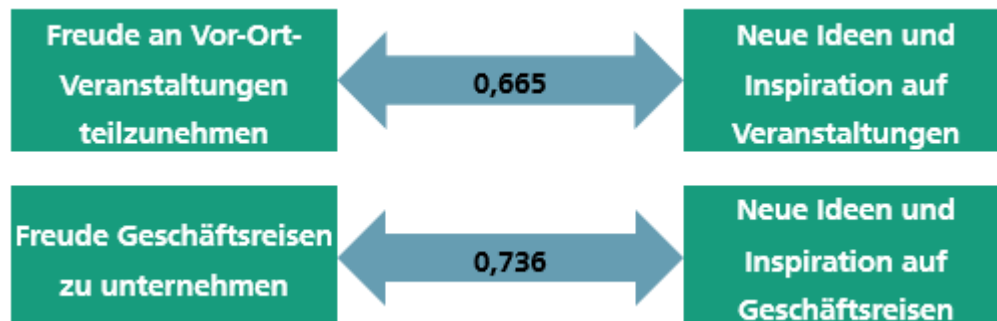


Abbildung 3: Korrelation zwischen der Ideenfindung auf Geschäfts- und Veranstaltungsreisen in Abhängigkeit der Freude an Vor-Ort-Veranstaltungen teilzunehmen und Geschäftsreisen zu unternehmen

2. Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen als Faktor für die Arbeitgeberattraktivität und zur Personalbindung

Um die für die Befragten entscheidenden Faktoren für die Attraktivität ihres Arbeitgebers und Bindung an ihr Unternehmen zu identifizieren, wurden die Befragten gebeten, aus einer Liste von insgesamt 17 Faktoren die fünf entscheidendsten auszuwählen. Während eine gute Führungsarbeit über alle Altersgruppen hinweg die höchsten Zustimmungswerte bei der Unternehmensattraktivität und Personalbindung aufweist, spielen auch eine gute Atmosphäre im Kollegium sowie die Identifikation mit Leistungen und Marke des Unternehmens für den Großteil der Befragten eine übergeordnete Rolle. Geschäfts- und Veranstaltungsreisen rangieren zwar über alle Befragten hinweg im hinteren Drittel – allerdings ist die Möglichkeit zu interessanten Geschäfts- und Veranstaltungsreisen insbesondere für Personen, die nach eigenen Angaben gerne geschäftlich reisen, ein zentrales Attraktivitäts- und Bindungsmittel. Von dieser Personengruppe wird demnach die Option, interessante Geschäftsreisen zu unternehmen, auf Rang 4 von insgesamt 17 abgefragten Faktoren zur Attraktivität und Bindung an ihren Arbeitgeber platziert.

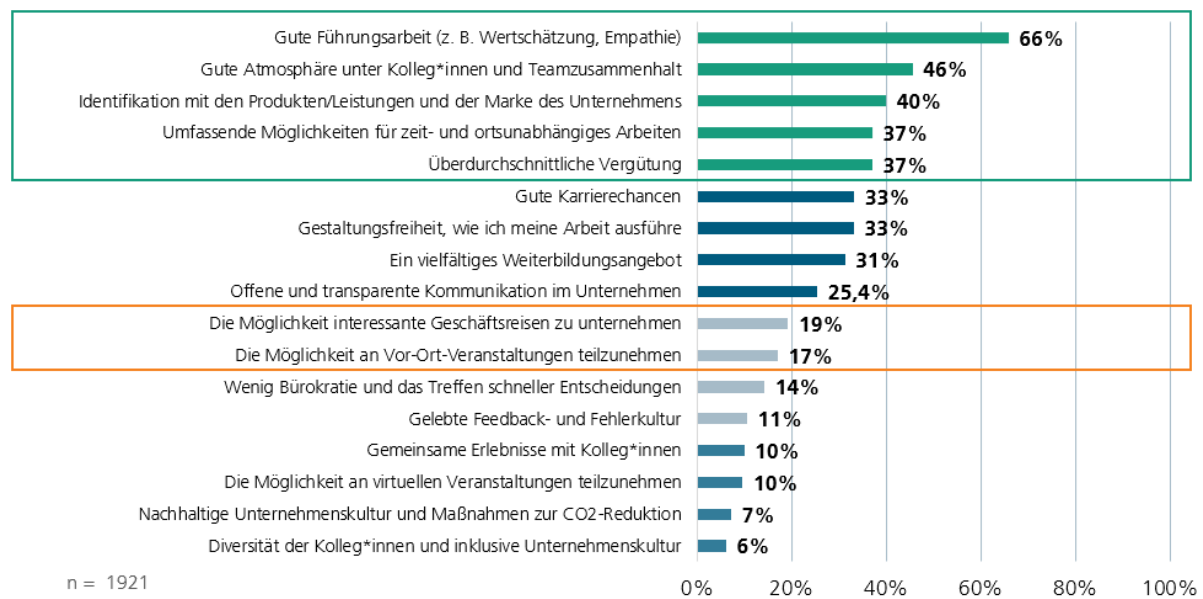


Abbildung 4: Bewertungsfaktoren für die Arbeitgeberattraktivität und Personalbindung

3. Langfristiger Nutzen von Vor-Ort-Veranstaltungen

Entscheidend für die Teilnahme an Vor-Ort-Veranstaltungen und das Durchführen von Geschäftsreisen wird nach wie vor die Gegenüberstellung von Kosten und Nutzen sein. Dies gewinnt gerade vor dem Hintergrund, dass sich Kosten im Vergleich zu dem Erfolg einer Vor-Ort-Veranstaltung nicht direkt nachvollziehen lassen, an Bedeutung. Die Entscheidung zur Teilnahme an einer Vor-Ort-Veranstaltung geht daher immer mit einer Abwägung und einem Rechtfertigungsgrund einher.

Umso wichtiger ist es daher, Geschäftsreisen und Vor-Ort-Veranstaltungen konkret als Inspirationsquellen zu verstehen, welche zusätzlich zum Austausch, dem Ausbau des Netzwerks und zur Bindung an das Unternehmen dienen können. Gerade in Bezug auf interne Veranstaltungen können Eigenschaften der persönlichen Begegnung wie Austausch, Bindung und Inspirationsquelle gezielt von HR-Abteilungen berücksichtigt und entsprechend eingesetzt werden.

Wie die Ergebnisse zeigen, sollten vor allen Dingen diejenigen Mitarbeitenden, die große Freude dabei empfinden, Geschäfts- und Veranstaltungsreisen durchzuführen, diese ermöglicht werden, da sie zum einen an die Bindung an den Arbeitgeber beitragen und zu einem großen Teil der Ideengenerierung und Inspirationskraft im Arbeitsalltag ausmachen.

4. Literatur

Bockstahler M, Naujoks T, Rief S (2022) Redefining Event Attendance – Warum nehmen Menschen in Zukunft an Präsenzveranstaltungen teil? Stuttgart: Fraunhofer Verlag



Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Nachhaltig Arbeiten und Lernen

**Analyse und Gestaltung lernförderlicher
und nachhaltiger Arbeitssysteme
und Arbeits- und Lernprozesse**

69. Kongress der
Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Gottfried Wilhelm Leibniz Universität Hannover

01. – 03. März 2023

GfA-Press

Bericht zum 69. Arbeitswissenschaftlichen Kongress vom 01. – 03. März 2023

**Fakultät Maschinenbau, Institut für Berufswissenschaften der Metalltechnik (IBM) und
Institut für Fabrikanlagen und Logistik (IFA), Leibniz Universität Hannover**

Herausgegeben von der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.
Sankt Augustin: GfA-Press, 2023
ISBN 978-3-936804-32-4

NE: Gesellschaft für Arbeitswissenschaft: Jahresdokumentation

Als Manuskript zusammengestellt. Diese Jahresdokumentation ist nur in der Geschäftsstelle (s. u.) erhältlich.

Alle Rechte vorbehalten.

© GfA-Press, Sankt Augustin

Schriftleitung: Prof. Dr. Rolf Ellegast

im Auftrag der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V.

Ohne ausdrückliche Genehmigung der Gesellschaft für Arbeitswissenschaft e.V. ist es nicht gestattet:

- den Kongressband oder Teile daraus in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) zu vervielfältigen,
- den Kongressband oder Teile daraus in Print- und/oder Nonprint-Medien (Webseiten, Blog, Social Media) zu verbreiten.

Die Verantwortung für die Inhalte der Beiträge tragen alleine die jeweiligen Verfasser; die GfA haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.

Geschäftsstelle der GfA

Simone John, Tel.: +49 (0)30 1300-13003

Alte Heerstraße 111, D-53757 Sankt Augustin

info@gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de · www.gesellschaft-fuer-arbeitswissenschaft.de

Screen design und Umsetzung

© 2023 fröse multimedia, Frank Fröse

office@internetkundenservice.de · www.internetkundenservice.de