

Wiederbelebung des Geschäftsreiseverkehrs

STATUS QUO UND STRATEGIEN
FÜR DIE ZUKUNFT

Petra Hedorfer

Vorsitzende des Vorstands, Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)
Vorsitzende des Verwaltungsrates, GCB German Convention Bureau e.V.

Matthias Schultze,

Managing Director, GCB German Convention Bureau e.V.

AGENDA

- 1** Struktur des Geschäftsreisemarkts
- 2** Bedeutung des Geschäftsreisemarkts
- 3** Zäsur Corona
- 4** Sichere Geschäftsreisen während und nach einer globalen Pandemie
- 5** Chancen der Digitalisierung im promotablen Geschäftsreisemarkt

AGENDA

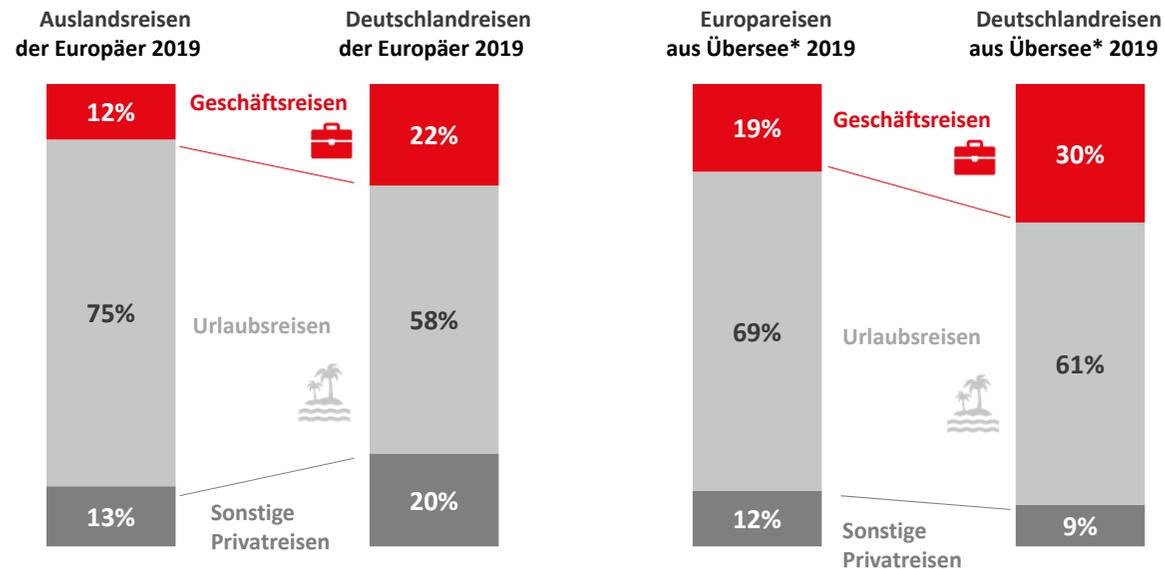


- **Struktur des Geschäftsreisemarkts**

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
STRUKTUR DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



DEUTSCHLAND HÄLT ÜBERPROPORTIONALE ANTEILE IM INTERNATIONALEN GESCHÄFTSREISEMARKT



Europäische Reisende: Wachstum gegenüber Vorjahr um 2,9 %, Volumen 2019: 13,3 Mio.
Reisende aus Übersee*: Wachstum gegenüber Vorjahr um 7,0 %, Volumen 2019: 2,7 Mio.

Quelle: IPK International World Trade Monitor 2019; *Übersee 18 Märkte

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
STRUKTUR DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



STRUKTUR DES GESCHÄFTSREISEMARKTS

**44% Traditionelle
Geschäftsreisen**
(+1,8 %)

Promotable Geschäftsreisen (Messen und Ausstellungen, Konferenzen und Kongresse, Incentives) der Europäer nach Deutschland haben 2019 mit **7,5 Mio. Reisen** das größte Volumen

Gesamtvolumen 2019: 13,3 Mio. Reisen (+2,9 %)

4% Incentives
(-11,1 %)

**16% Messen und
Ausstellungen**
(-0,1 %)

**36% Konferenzen/
Kongresse**
(+12,8 %)

Marktanteil in % (Veränderung zu 2018)
Quelle: IPK International World Trade Monitor 2019



- **Bedeutung des Geschäftsreisemarkts**

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
BEDEUTUNG DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



DEUTSCHLAND: WELTMEISTER BEI (PROMOTABLEN) GESCHÄFTSREISEN



Marke Deutschland
hat weltweit das
beste Image



über 11,2 % aller
weltweiten
Geschäftsreisen gehen
nach Deutschland



10,2 % aller weltweiten
MICE-Reisen gehen
nach Deutschland



Nr. 1 in Europa und
Nr. 2 weltweit



2,89 Mio.
Veranstaltungen
Im Jahr 2019



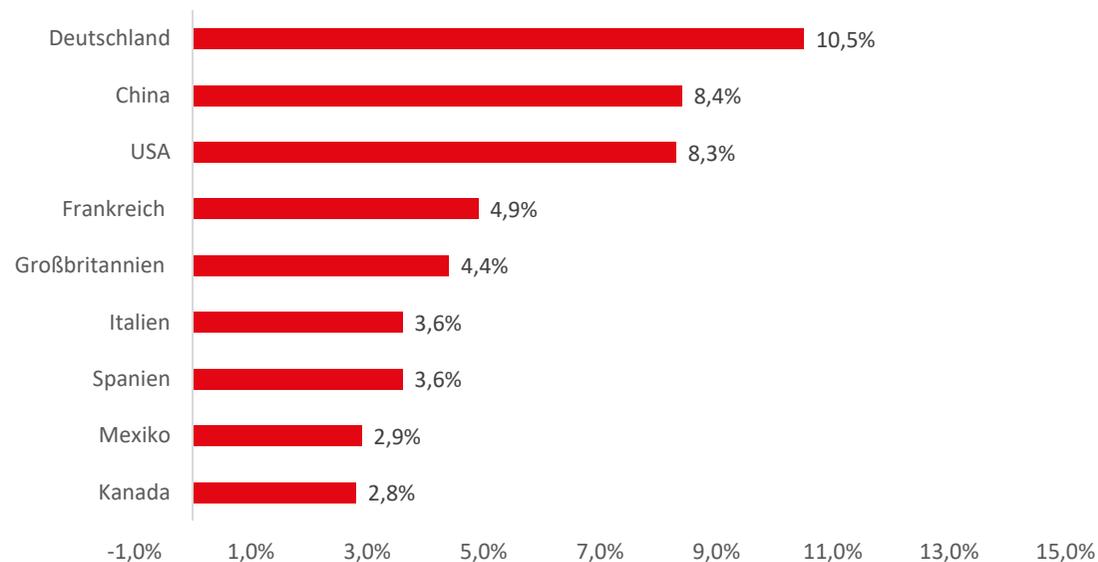
423 Mio.
Teilnehmer*innen,
davon 43,2 Mio.
international

Quellen: DZT/IPK 2019, ICCA 2020, EITW 2020, Anholt Ipsos Nation Brands Index

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
BEDEUTUNG DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



TOP ZIELLÄNDER FÜR GESCHÄFTSREISEN INSGESAMT



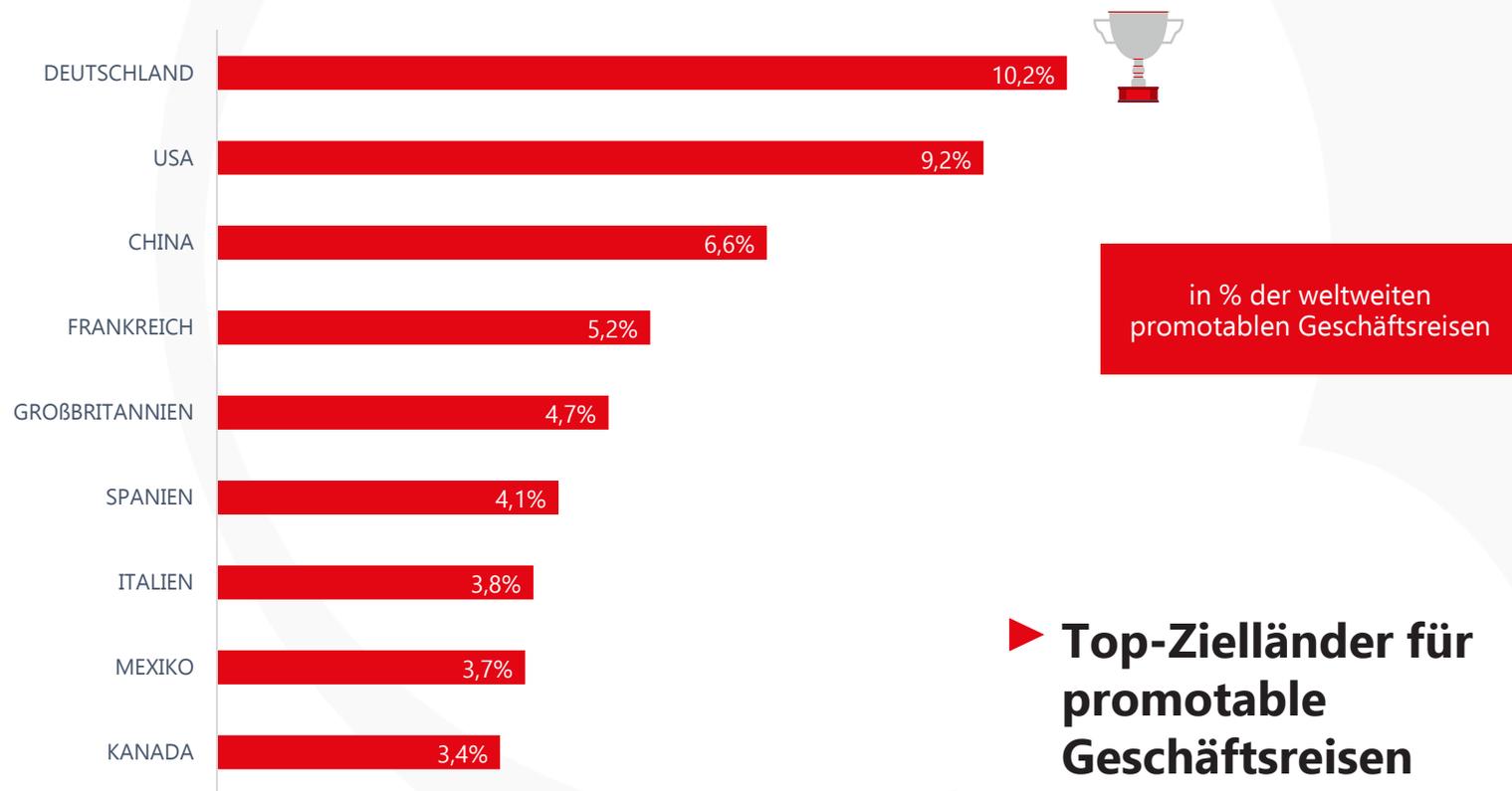
- Rund 11% der weltweiten Auslandsgeschäftsreisen hatten in 2019 Deutschland als Reiseziel
- Deutschland ist damit (mit einem Volumen von 16,2 Mio. Geschäftsreisen) weltweit das wichtigste Geschäftsreiseziel – vor China (mit 12,9 Mio. Geschäftsreisen)

Quelle: DZT/WTM, IPK 2019, rundungsbedingte Abweichungen möglich

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
BEDEUTUNG DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



DEUTSCHLAND IST SPITZENREITER BEI DEN ZIELDESTINATIONEN FÜR PROMOTABLE GESCHÄFTSREISEN



Quelle: DZT/WTM, IPK 2019, rundungsbedingte Abweichungen möglich



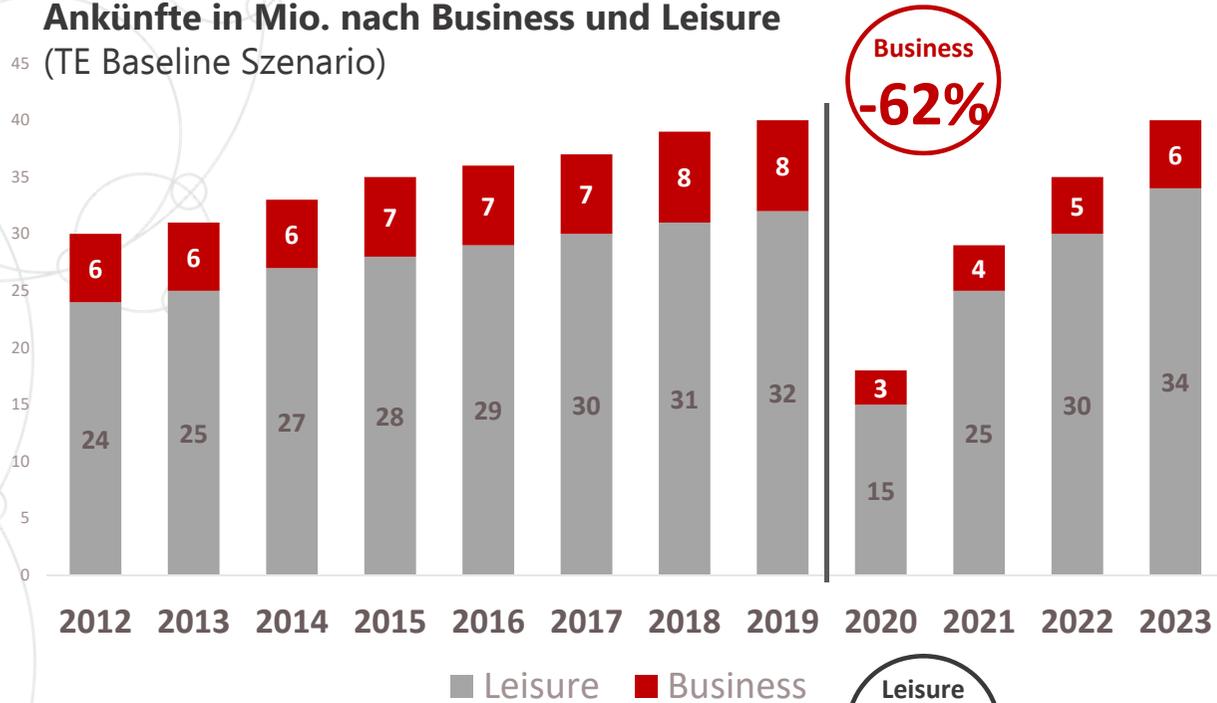
● Zäsur Corona



WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
ZÄSUR CORONA

**GESCHÄFTSREISESEGMENT ERHOLT SICH LANGSAMER ALS LEISURE
UND WIRD DAS NIVEAU VON 2019 AUCH 2023 NICHT ERREICHEN**

Ankünfte in Mio. nach Business und Leisure
(TE Baseline Szenario)



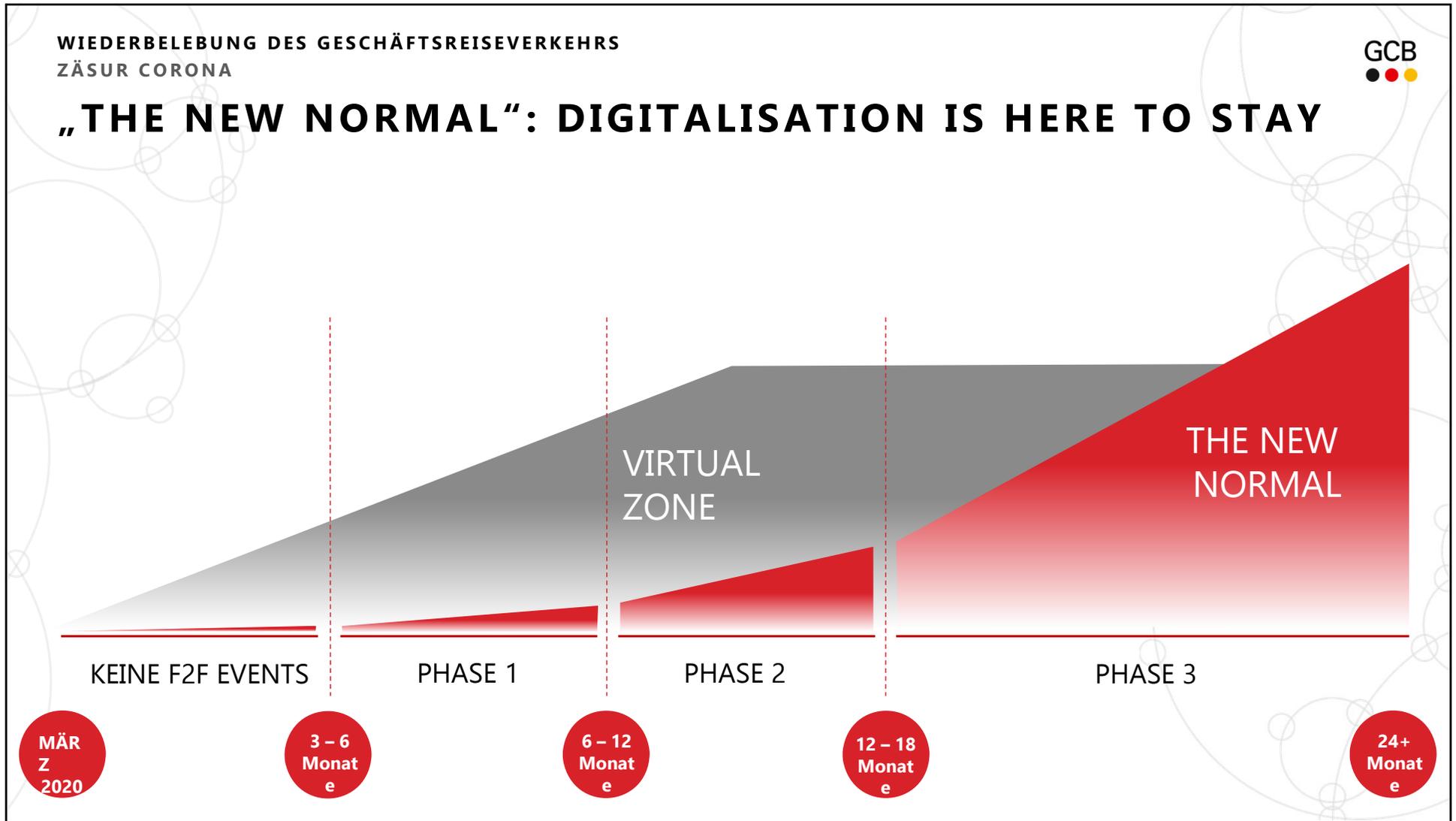
Business
-62%

Leisure
-53%

Ankünfte in Mio. nach Business und Leisure
(TE Baseline Szenario)

	2020/ 19	2021/ 19	2022/ 19	2023/ 19
Business	-62%	-50%	-38%	-25%
Leisure	-53%	-22%	-6%	+6%

Quelle: Tourism Economics, Travel Szenario Analyse, Juni 2020





● **Sichere Geschäftsreisen während und nach einer globalen Pandemie**

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
SICHERE GESCHÄFTSREISEN WÄHREND UND NACH EINER GLOBALEN PANDEMIE



SICHERE GESCHÄFTSREISEN WÄHREND UND NACH EINER GLOBALEN PANDEMIE



WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
SICHERE GESCHÄFTSREISEN WÄHREND UND NACH EINER GLOBALEN PANDEMIE



SICHERE GESCHÄFTSREISEN – ENTSCHEIDUNGSKRITERIEN FÜR ARBEITGEBER*INNEN UND ARBEITNEHMER*INNEN

1. Arbeitnehmer*in

- Wer reist?
- Zugehörigkeit zu einer Covid-19-Risikogruppe

2. Zielort

- Zielort der Dienstreise (Inland/Ausland)
- Bewertung als Corona-Risikogebiet
- Reisewarnung der Bundesregierung und/oder des Auswärtigen Amtes

3. Anreise

- Wahl der Verkehrsmittel für die Dienstreise
- Berücksichtigung von Sicherheits- und Hygieneaspekten für unterschiedliche Verkehrsmittel
- Ausstattung des*der Arbeitnehmers*in mit Hygienematerial (Desinfektionsmittel, Mund-Nasen-Schutz u.a.)?

4. Aufenthalt

- Wer wird besucht (Unternehmen bzw. Veranstaltungsstätte)?
- Vorliegen von Hygiene- und Sicherheitskonzepten
- Bei Übernachtungen: Vorliegen von Hygiene- und Sicherheitskonzepten
- Sind im besuchten Unternehmen/in der Veranstaltungsstätte/ im Hotel (aktuelle) Corona-Infektionen bekannt?

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
SICHERE GESCHÄFTSREISEN WÄHREND UND NACH EINER GLOBALEN
PANDEMIE

KAMPAGNE #SafeBusinessTrips



Beruflich-motivierte Reisen als Treiber der wirtschaftlichen Erholung des Standortes Deutschland

Vertrauensaufbau

Positionierung Deutschlands als Ort für sichere Dienstreisen

Leitfaden

Zusammenarbeit mit Branchenakteuren

Hygienekonzepte

LOW TOUCH

HIGH TOUCH



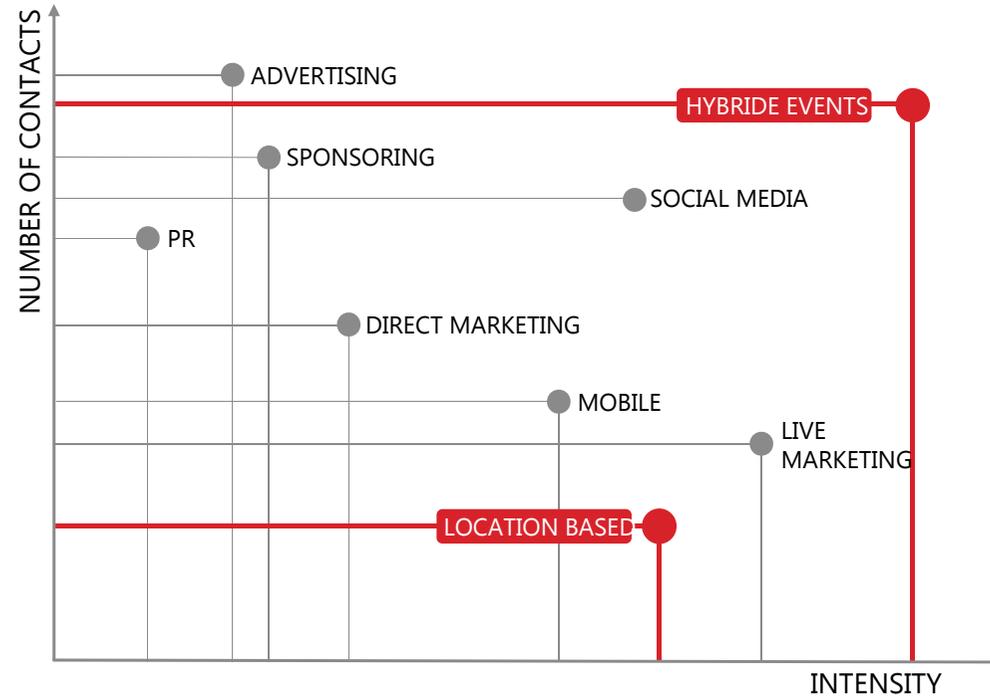


- Chancen der Digitalisierung im promotablen Geschäftsreisemarkt

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
CHANCEN DER DIGITALISIERUNG IM PROMOTABLEN GESCHÄFTSREISEMARKT



HYBRIDE EVENTS – ERHÖHUNG DER REICHWEITE: DAS BESTE AUS ZWEI WELTEN



Quelle: Hybride Events, erschienen im Springer Verlag

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
CHANCEN DER DIGITALISIERUNG IM PROMOTABLEN GESCHÄFTSREISEMARKT



ZUKUNFTSFÄHIGES DESTINATIONSMANAGEMENT FÜR PROMOTABLE GESCHÄFTSREISEN



Meetings made in Germany
connect the world
– digital and face-to-face

WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS
CHANCEN DER DIGITALISIERUNG IM PROMOTABLEN GESCHÄFTSREISEMARKT



INNOVATIONSVERBUND FUTURE MEETING SPACE

Zukunftsweisende Forschungsprojekte in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer IAO

Identifikation von veränderten Anforderungen

Entwicklungen in der Veranstaltungsbranche
antizipieren und aktiv gestalten

Entwicklung von zukunftsfähigen Konzepten,
Produkten und Dienstleistungen

Formulierung von Handlungsempfehlungen
für die Veranstaltungsbranche





KONTAKT

Petra Hedorfer
Vorsitzende des Vorstands

**Deutsche Zentrale
für Tourismus e.V. (DZT)**
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt/Main
www.germany.travel

Matthias Schultze
Managing Director

GCB German Convention Bureau e. V.
Kaiserstraße 53
60329 Frankfurt/Main
www.gcb.de

Strategische Partner

