

# 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**

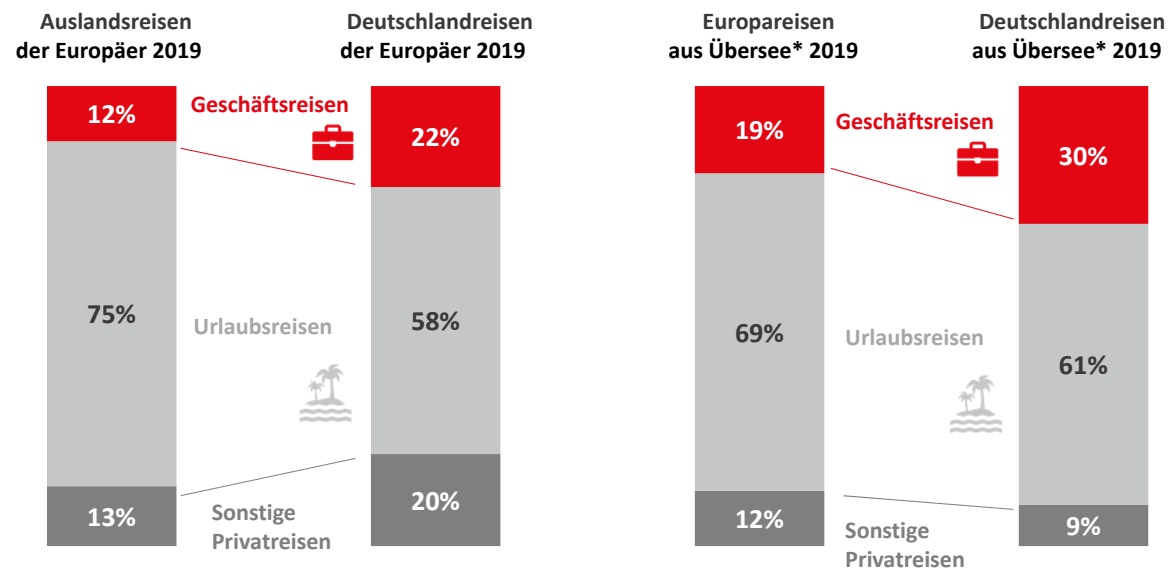


- **Struktur des Geschäftsreisemarkts**

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

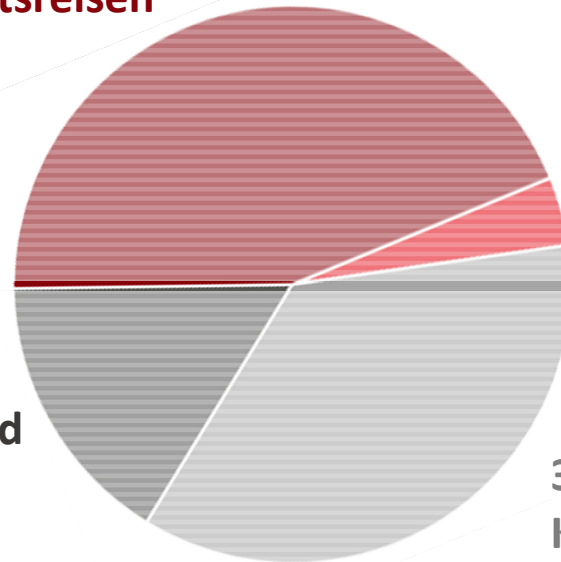
**44% Traditionelle  
Geschäftsreisen**  
(+1,8 %)

**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 %)

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

**4% Incentives**  
(-11,1 %)



**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

GCB  
● ● ●

## 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



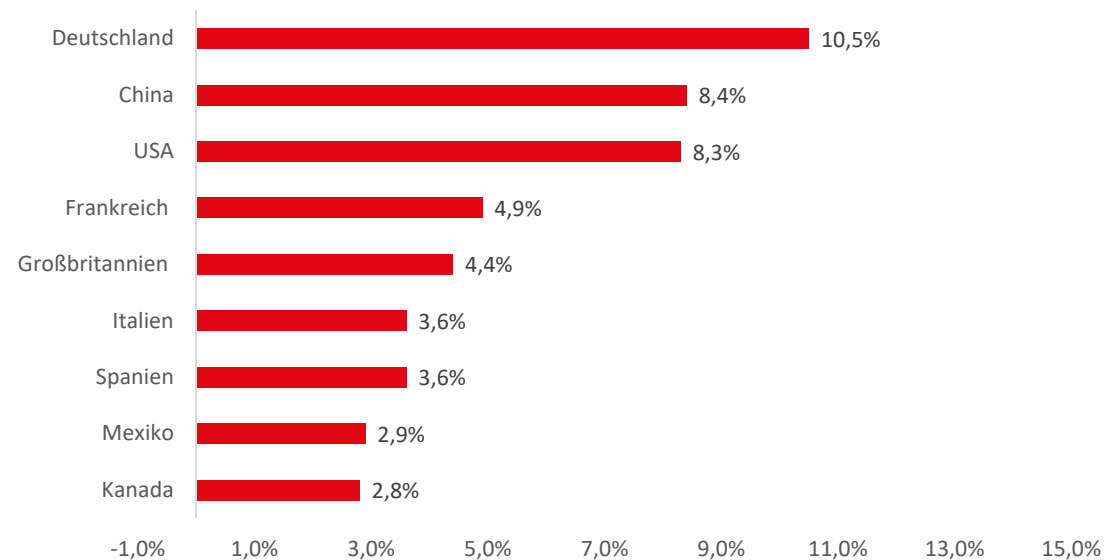
423 Mio.  
Teilnehmer\*innen,  
davon 43,2 Mio.  
international

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)

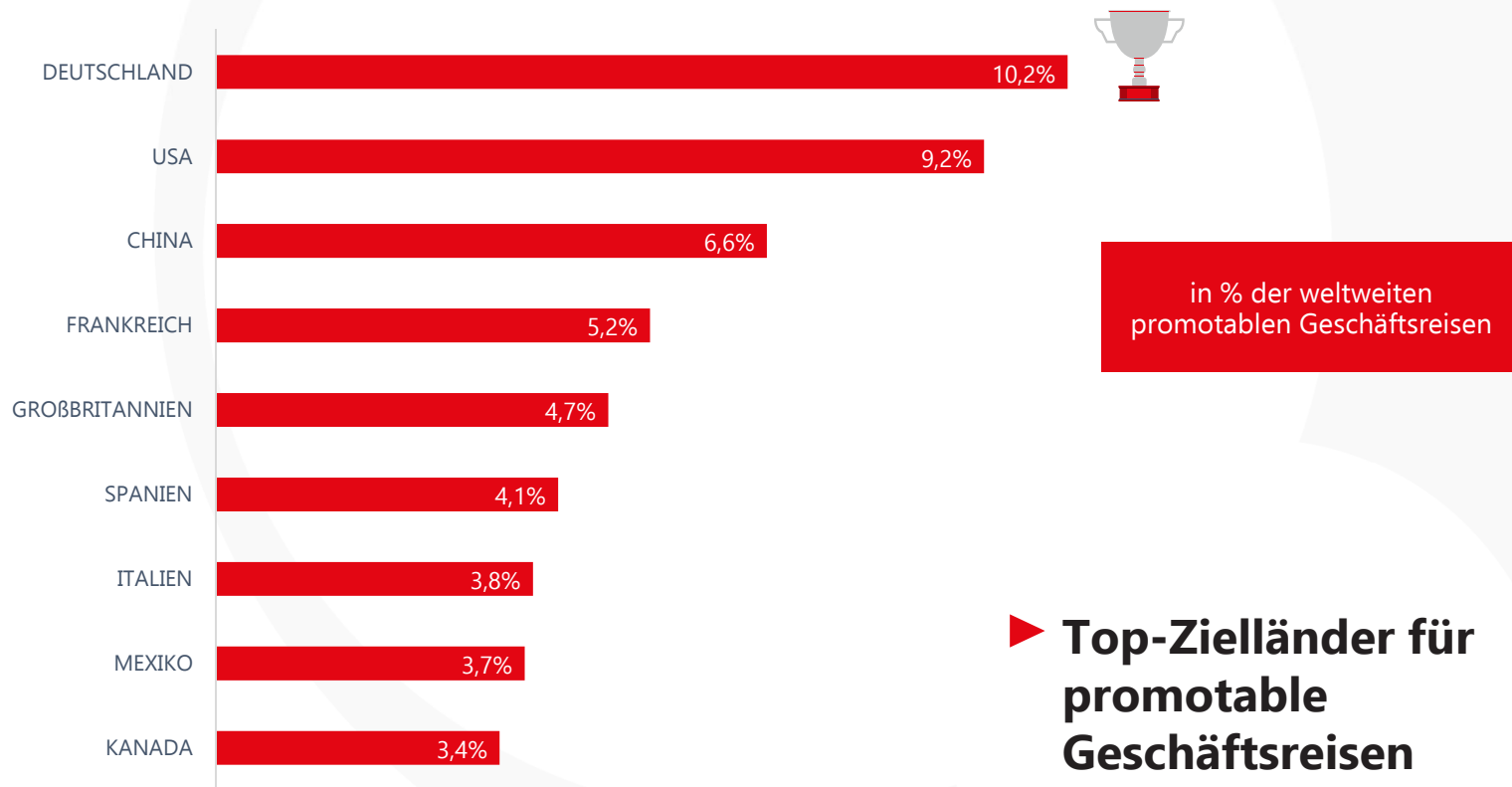
Quelle: DZT/WTM, IPK 2019, rundungsbedingte Abweichungen möglich



WIEDERBELEBUNG DES GESCHÄFTSREISEVERKEHRS  
BEDEUTUNG DES GESCHÄFTSREISEMARKTS



## DEUTSCHLAND IST SPITZENREITER BEI DEN ZIELDESTINATIONEN FÜR PROMOTABLE GESCHÄFTSREISEN



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



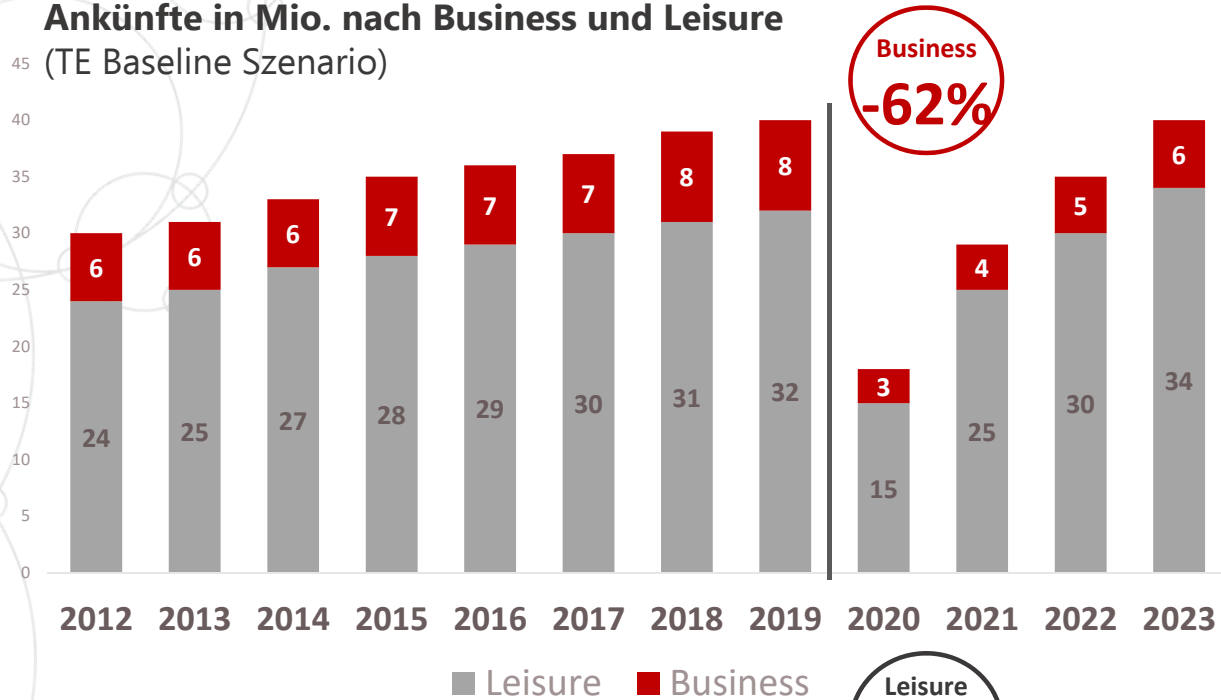
● Zäsur Corona



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)



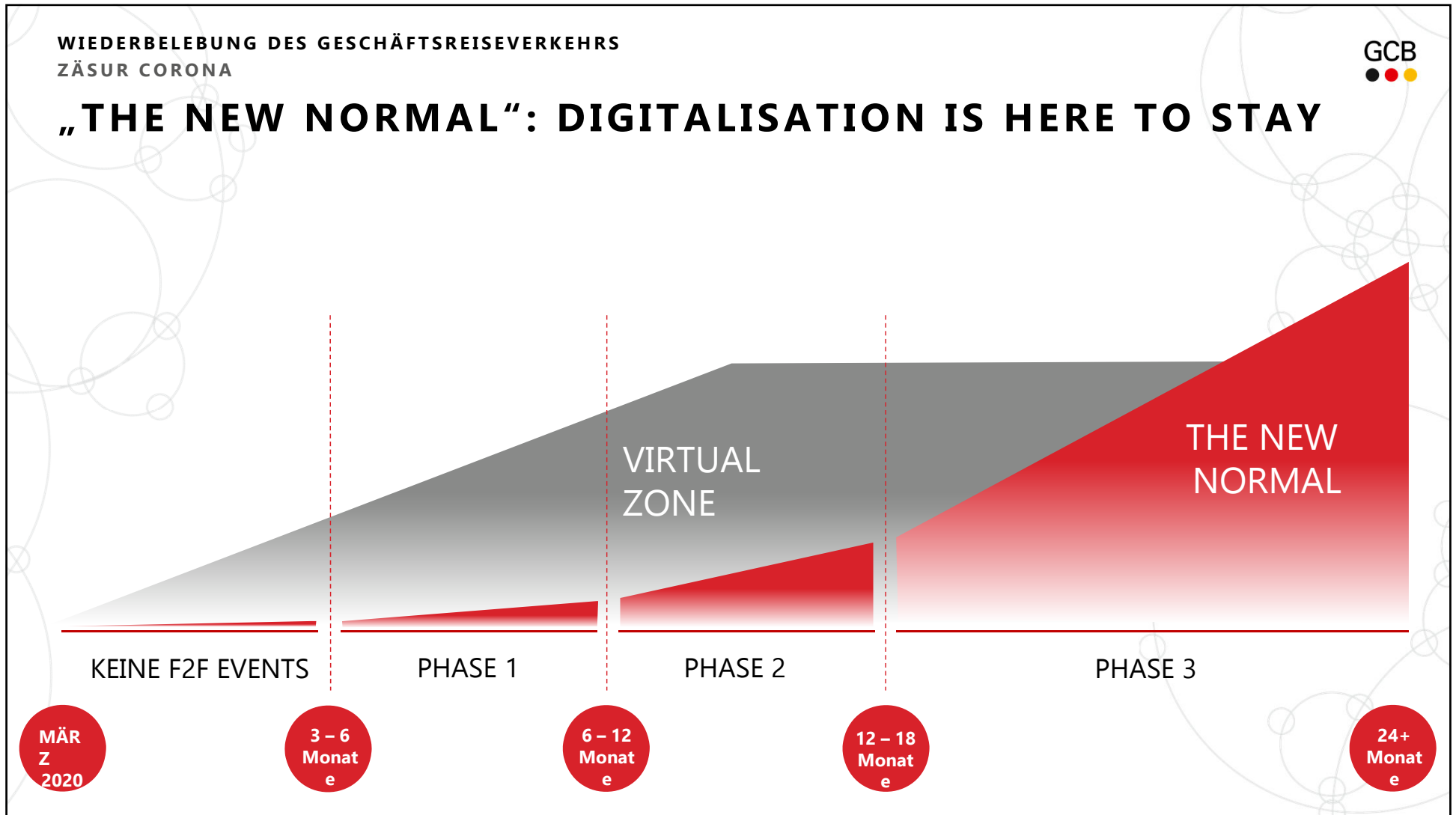
Business  
**-62%**

Leisure  
**-53%**

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

	2020/ 19	2021/ 19	2022/ 19	2023/ 19
<b>Business</b>	-62%	-50%	-38%	-25%
<b>Leisure</b>	-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





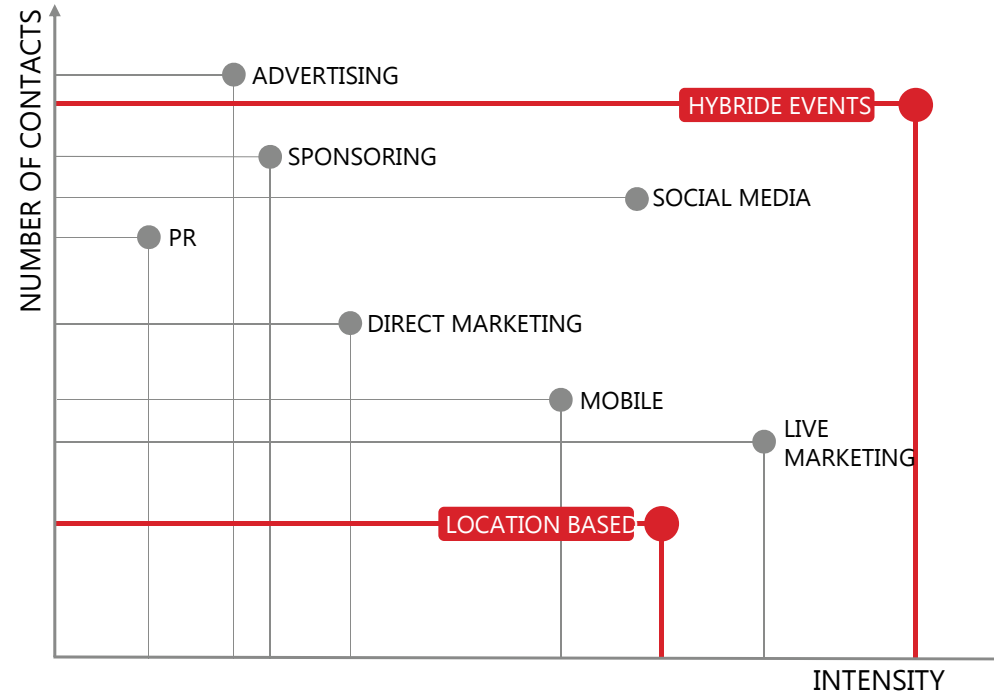


- Chancen der Digitalisierung im promotablen Geschäftsreisemarkt

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](http://www.germany.travel)

**Matthias Schultze**  
**Managing Director**

**GCB German Convention Bureau e. V.**  
Kaiserstraße 53  
60329 Frankfurt/Main  
[www.gcb.de](http://www.gcb.de)

Strategische Partner

