

Geschäftsreisen nach Baden-Württemberg: Neue Erkenntnisse aus der RA Business 2020

Geschäftsreisende sind durch einige Besonderheiten des Nachfragerverhaltens gekennzeichnet, die sie z. T. deutlich von Urlaubstouristen unterscheidet. Aufgrund dieser Unterschiede bspw. hinsichtlich der Reisemotive und der Reisezeit, wird derzeit auch viel über die Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Geschäftsreisemarkt diskutiert. Die TMBW hat nun erstmals Daten für Baden-Württemberg aus der [RA Business 2020](#), der Reiseanalyse für Geschäftsreisen vorliegen. Neben einem detaillierten Blick in das Geschäftsreiseverhalten nach Baden-Württemberg, erlauben die Daten auch eine Einschätzung über das zukünftige Geschäftsreiseverhalten der Reisenden vor dem Hintergrund der Coronakrise.

Methodik RA Business

In einem ersten Schritt wurden in der RA *online* 5/2020 bevölkerungsrepräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14-75 Jahren das Volumen und die Struktur von Übernachtungsgeschäftsreisenden und -reisen erfasst. In einem zweiten Schritt wurden dann, basierend auf diesen Ergebnissen, 2.012 Übernachtungsgeschäftsreisende tiefergehend zu verschiedenen Themen befragt (Erhebung: Norstat). Im Rahmen der RA Business werden dabei Geschäftsreisen wie folgt definiert: Reisen mit mindestens einer Übernachtung, die durch Beruf oder Ausbildung veranlasst sind und deren Kosten überwiegend nicht privat vom Reisenden getragen wurden. Nicht dazu zählen: Regelmäßige Fahrten zwischen ihrer Wohnung und der eigenen Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte (z. B. auch sog. Wochenendpendler), Montage, mobile Arbeit (bspw. Flugbegleiter, LKW-Fahrer etc.). Für Baden-Württemberg können für die RA Business 2020 n = 573 Reisen ausgewertet werden. Feldzeit: 05.06. –17.06.2020. Zeitbezug Reiseverhalten: Mai 2019 bis April 2020. Herausgeber: Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Institut für Tourismusforschung und dem Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH.

Reiseziele

Laut den Daten der RA Business gingen 17 Prozent der Übernachtungsgeschäftsreisen der Deutschen ins Ausland. Der Großteil der Übernachtungsgeschäftsreisen (84 Prozent) im Zeitraum Mai 2019 bis April 2020 ging jedoch ins Inland. Auf Baden-Württemberg entfiel jede zehnte Übernachtungsgeschäftsreise der Deutschen im Inland oder anders ausgedrückt: 8 Prozent aller Geschäftsreisen der Deutschen bei denen übernachtet wurde, gingen nach Baden-Württemberg. Bei Betrachtung der Verteilung der Geschäftsreisen nach Baden-Württemberg zeigt sich die besondere Bedeutung der Metropole Stuttgart. Über ein Drittel (36 Prozent) der Geschäftsreisen gehen in die Stadt am Neckar und dieses Volumen macht einen Marktanteil von 4 Prozent von allen Geschäftsreisen mit Übernachtung nach Deutschland aus. Die Städte Karlsruhe (13 Prozent der

Geschäftsreisen nach Baden-Württemberg), Freiburg (9 Prozent) und Mannheim (8 Prozent) folgen mit deutlichen Abstand auf den weiteren Plätzen. Weitere 17 Prozent entfallen auf Geschäftsreiseziele abseits der Großstädte über 100.000 Einwohner in Baden-Württemberg (vgl. Abb. 1).

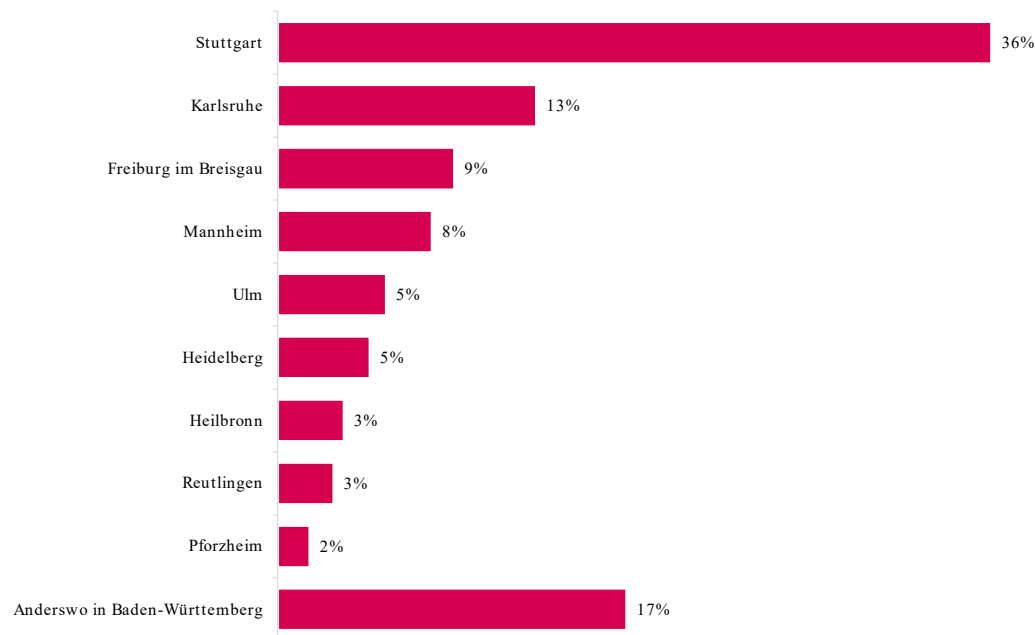


Abb. 1: Reiseziele von Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg. Basis Reisen; n = 573 Geschäftsreisen mit Übernachtung nach Baden-Württemberg. Quelle: RA Business 2020

Reiseanlässe

Der Baden-Württembergische Geschäftsreisemarkt lässt sich anhand der Reiseanlässe in zwei große Teilbereiche aufteilen: Klassische Geschäftsreisen und den MICE-Markt.

40 Prozent der Reisen entfallen auf klassische Geschäftsreisen. Darunter finden sich vor allem Planungs- und Projektbesprechungen (16 Prozent) sowie Vertriebs- und Verkaufsbesuche (14 Prozent) wieder, aber auch Besuche bei der Firmenniederlassung etc. machen rund 10 Prozent der Geschäftsreisen nach Baden-Württemberg aus. Auf den MICE-Markt, der – da das Reiseziel nicht bereits von Beginn an festgelegt ist – oftmals als promotabler Geschäftsreisemarkt bezeichnet wird, entfallen 35 Prozent der Geschäftsreisen. Hierunter finden sich Teilnahmen an Seminaren (mit 26 Prozent der größte Teilbereich), die Teilnahme an Kongressen und Tagungen etc. (8 Prozent) sowie das kleine Segment der Incentive-Reisen (2 Prozent). Reisen zu Messen und Ausstellungen (8 Prozent) sowie 17 Prozent mit nicht näher spezifizierten Geschäftsreiseanlässen komplettieren das Bild (vgl. Abb. 2).

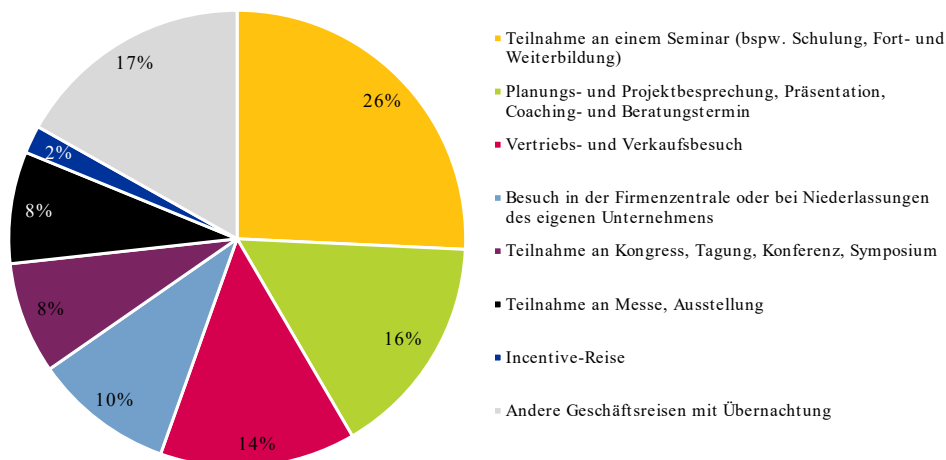


Abb. 2: Art von Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg. Basis Reisen; n = 573 Geschäftsreisen mit Übernachtung nach Baden-Württemberg. Quelle: RA Business 2020

Corona und Geschäftsreisen

Der Geschäftsreisemarkt wird stark durch Kommunikationsbedarfe angetrieben. Diese Kommunikationsbedarfe können durch virtuelle Lösungen ersetzt werden – eine Entwicklung die vor der Corona-Pandemie insbesondere im Tagesgeschäftreisemarkt beobachtet werden konnte. Die Pandemie beschleunigte diesen Trend deutlich und verlagerte zunehmend die geschäftliche Kommunikation in den virtuellen Raum: Bei den Geschäftsreisenden, die coronabedingt weniger gereist sind oder ihre Reisen absagen mussten, fand in den meisten Fällen ein Ersatz dieser Reisen durch Video- und Telefonkonferenzen statt (44 Prozent der Geschäftsreisenden). Für die Geschäftsreisenden nach Baden-Württemberg im Speziellen, wird zukünftig besonders darauf geachtet, dass die Unterkunft hygienisch einwandfrei ist (60 Prozent Top-2-Box). Aber auch die Stornierungsbedingungen sind wichtig geworden (57 Prozent) und Sicherheitsmaßnahmen werden von den Geschäftsreisenden verstärkt beachtet (55 Prozent). Mehr als die Hälfte (52 Prozent) gaben an, dass sie verstärkt darauf achten mit dem eigenen Verkehrsmittel anzureisen. 32 Prozent (Top-2-Box) gaben an, dass sie planen, nur noch in Ausnahmefällen geschäftlich verreisen zu wollen (vgl. Abb. 3).

Es ist zukünftig nur schwer vorstellbar, dass digitale Möglichkeiten alle Geschäftsreisen substituieren, u. a. dadurch, da viele Geschäftsreisende auch positive Effekte aus ihrer Reisetätigkeit ziehen (bspw. Bereicherung des Arbeitsalltags).

So planen vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie etwa die Hälfte aller deutschen Geschäftsreisenden gleich viele Geschäftsreisen wie vor der Krise zu unternehmen. Gleichwohl werden virtuelle Meetings weit mehr als vor der Krise zum gewöhnlichen Arbeitsalltag gehören.

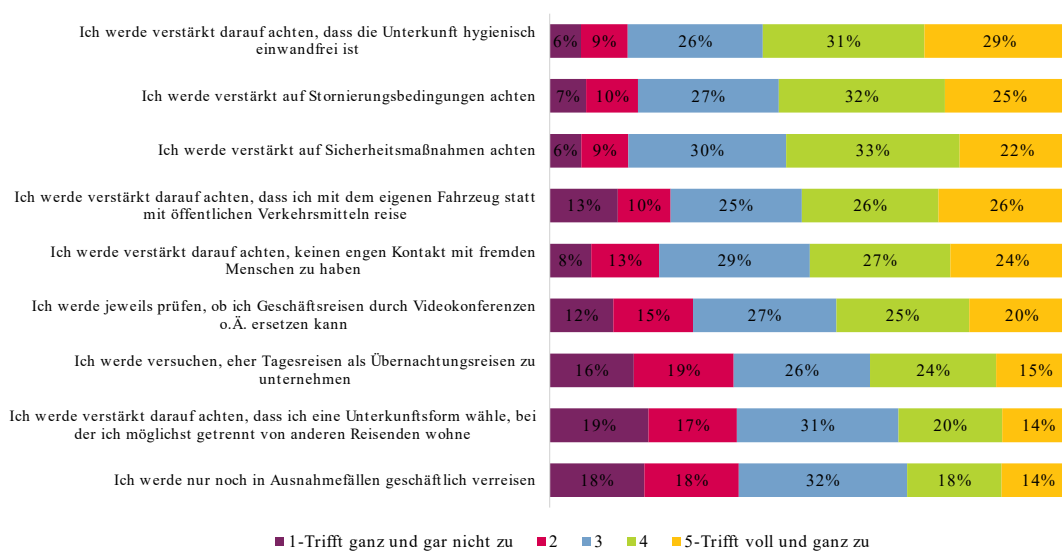


Abb. 3: Zukünftiges Reiseverhalten bei Geschäftsreisen. Basis Personen; n = 362 Übernachtungsgeschäftsreisende nach Baden-Württemberg. Frage: Worauf werden Sie vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie in Zukunft bei Geschäftsreisen besonders achten? Quelle: RA Business 2020

Alle Rechte vorbehalten. Keine Teile des vorliegenden Newsletters dürfen ohne schriftliche Genehmigung des Herausgebers in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Ihre Ansprechpartnerin: Tourismus Marketing Baden-Württemberg
Verena Albrecht
Tel. 0711/2 38 58-51
v.albrecht@tourismus-bw.de
