

Die Zukunft der Geschäftsreise

Kurzfassung: Online-Panel 3/2021 des Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes,
Oktober 2021

Online-Panel 3/2021: Die Zukunft der Geschäftsreise



Inhalt

- [Persönlich vs. Digital: Fast zwei Drittel glauben, dass persönliche Dienst- und Geschäftsreisen langfristig unter dem Niveau von 2019 bleiben werden](#)
- [Die Geschäftsreise der Zukunft: Flexibilität, Sicherheit und ökologische Nachhaltigkeit sind die Kernfaktoren](#)
- [Veranstaltungsformate: Hybride Veranstaltungen auf dem Vormarsch. China, Schweiz und BeNeLux gewinnen als Quellmärkte an Bedeutung](#)
- [Anbieter: Online-Mittler und Event-Locations mit den besten Aussichten](#)
- [Dienstreisen: Die Genehmigung wird schwieriger und es wird andauernde Beschränkungen für einzelne Länder geben](#)

Worum geht es?

Zum Aufbau eines Informationsangebotes, das sich am Bedarf des mittelständischen Tourismusgewerbes ausrichtet, führt das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes seit dem Jahr 2018 regelmäßig Onlinebefragungen mit touristischen Unternehmen und Organisationen durch.

Betriebe unterschiedlicher Branchensektoren werden dabei in regelmäßigen Abständen zu wechselnden Themen befragt. Der Fokus der dritten Onlineumfrage des Jahres 2021 liegt auf der Entwicklung des Geschäftsreisetourismus in den kommenden drei bis vier Jahren. Werden klassische Geschäftsreisen sowie Messe-, Kongress-, Tagungs-, etc. und Incentive-Reisen wieder das Niveau aus dem Jahr 2019 erreichen können? Und wenn ja, wann? Was kann getan werden, um Vertrauen und Sicherheit im Geschäftsreisetourismus wieder zu stärken?

Wer wurde befragt?

Das Panel wurde über zwei Kanäle angesprochen. Zum einen wurden die Einladungen an Teilnehmer versendet, die sich bereits für das Online-Panel registriert haben, mithin rund 500 Personen/ Unternehmen. Zum anderen wurde den Beiratsmitgliedern und anderen Multiplikatoren der Tourismusbranche ein offener Link zur Verfügung gestellt. Die Teilnahme an der Befragung war damit auch ohne vorherige Registrierung möglich. Die Erhebung wurde während der Sommerferien (19. Juli bis 19. August 2021) durchgeführt. Insgesamt konnten 248 valide Fälle erreicht werden. Diese stammen zum größten Teil aus lokalen und regionalen Tourismusorganisationen (DMO), den Anbietern von geschäftsreisebezogenen Leistungen und der Beherbergung.



Abbildung 1: Branchensegmente der Betriebe (Mehrfachantworten möglich)

Für weitere Analysen wurden die Teilnehmer gebeten, sich einem der drei Branchenbereiche DMO, Reiseveranstaltung/-vertrieb und Leistungsanbieter zuzuordnen. Rund 39 Prozent ordneten sich dem Bereich DMO, 21 Prozent den Leistungsanbietern und rund 7 Prozent dem Segment Reiseveranstaltung/-vertrieb zu. 32 Prozent machten sonstige Angaben, die sich anhand der Thematik der aktuellen Umfrage erklären lassen. Anders als bei den vorangegangenen Panels lag der Fokus auf den Anbietern des Geschäftsreisesektors, weshalb dieses Mal vermehrt auch Travel Management-Anbieter, Versicherungen, Veranstaltungs- und Kongresszentren, Anbieter der Messewirtschaft und des Mobility Managements, etc. befragt wurden.

Die Herkunft der Befragten verteilt sich über das gesamte Bundesgebiet. 20 Prozent stammen aus Bayern, 19 Prozent aus Nordrhein-Westfalen, dreizehn Prozent aus Baden-Württemberg, elf Prozent aus Hessen und zehn Prozent aus Niedersachsen. Neun Prozent kommen aus Berlin.

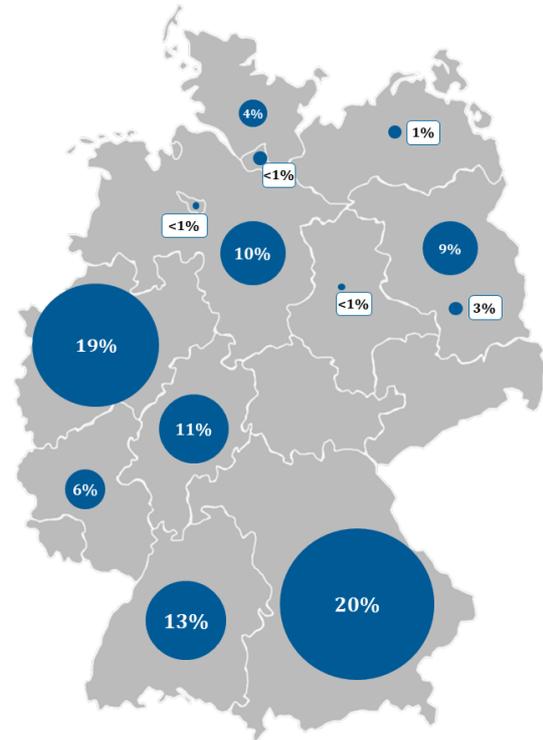


Abbildung 2: Herkunft der Befragten

Die Teilnehmenden des Online-Panels gehören zu 72 Prozent der Geschäftsleitung oder einer Führungsebene von Klein- und Kleinstunternehmen an. Rund ein Drittel der befragten Unternehmen haben weniger als zehn Beschäftigte. Rund 44 Prozent geben an, einen Jahresumsatz/-etat oder eine Jahresbilanzsumme von unter zwei Millionen Euro zur Verfügung zu haben.

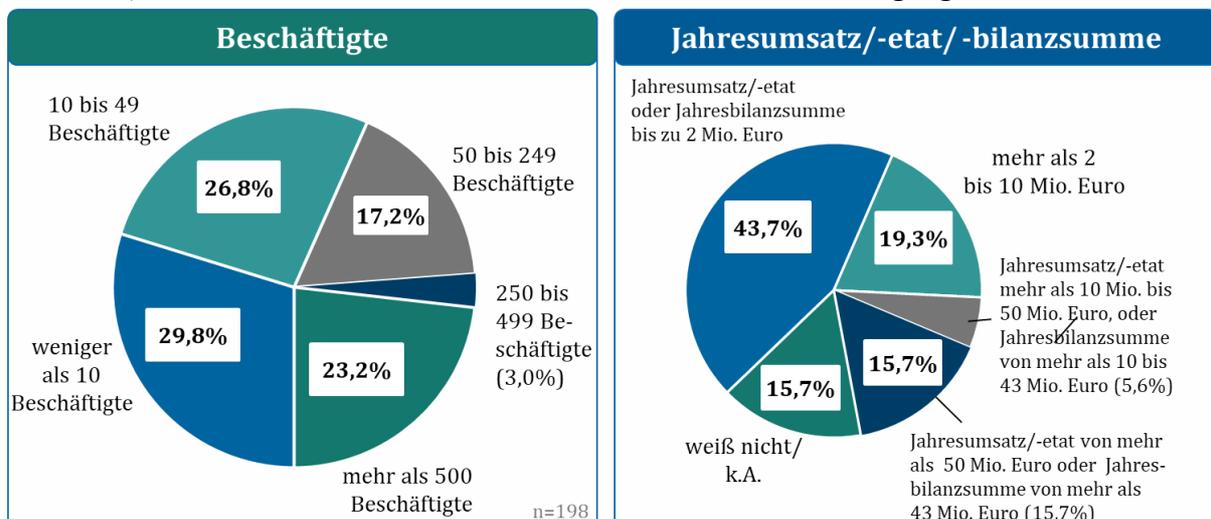


Abbildung 3: Größe und Umsatz der Betriebe, denen die Befragten angehören

Persönlich vs. Digital: Fast zwei Drittel glauben, dass persönliche Dienst- und Geschäftsreisen langfristig unter dem Niveau von 2019 bleiben werden

Beinahe zwei Drittel der Befragten (60,5 Prozent) gehen davon aus, dass sich die digitalen Veranstaltungsformate, die sich während der Corona-Pandemie verstärkt etabliert haben, halten werden und persönliche Dienst- und Geschäftsreisen langfristig unter dem Niveau des Jahres 2019 bleiben. Die Rückkehr des überwiegenden Anteils der Geschäftsreisen halten 38 Prozent für wahrscheinlich. Dass persönliche Meetings und Veranstaltungen noch in diesem Jahr ohne Einschränkungen möglich sein werden, denken 17 Prozent der Befragten. 65 Prozent glauben, dass dies im Verlauf des Jahres 2022 der Fall sein wird.

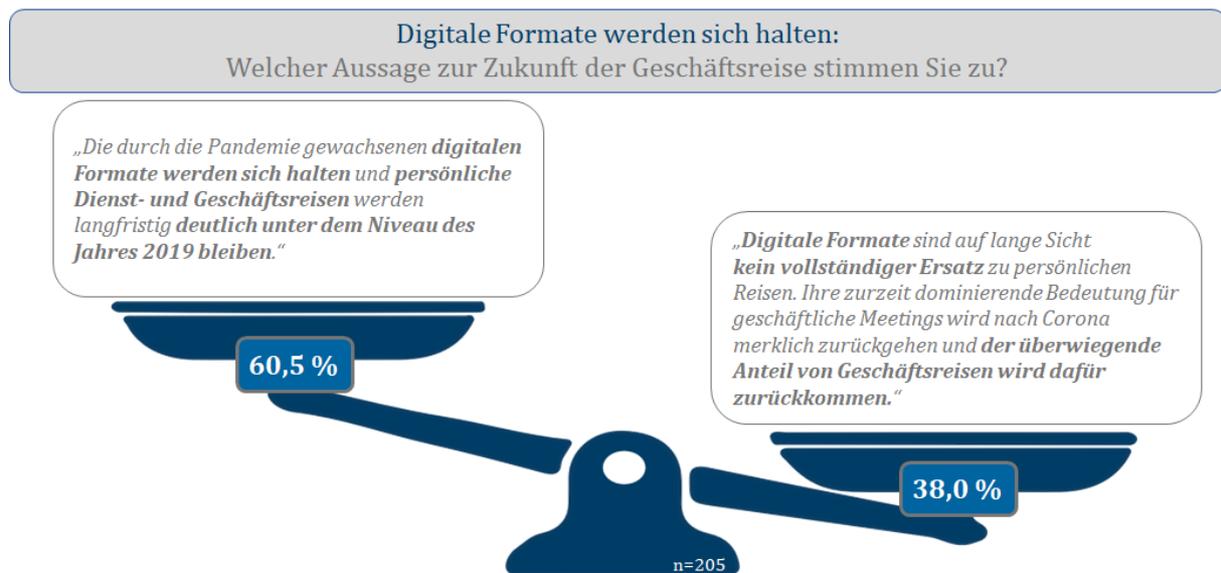


Abbildung 4: Digitale Formate vs. persönliche Geschäftsreisen

Im Anschluss an die allgemeine Betrachtung wurden die einzelnen Segmente des Geschäftsreisetourismus hinsichtlich einer zeitlichen Entwicklungsperspektive bis zum Jahr 2025 näher untersucht. Eine mögliche Erholung bis zu diesem Jahr wurde dabei anhand des Buchungsvolumens von 2019 und der Frage, ob dieses bis zum Jahr 2025 wieder erreicht werden kann, betrachtet.

Dass der **klassische Geschäftsreiseverkehr** und **Messe- und Ausstellungsreisen** bis 2025 das Buchungsvolumen von 2019 erreichen werden, **bezweifeln 59 bzw. 57 Prozent**. Immerhin jeweils 40 Prozent glauben, dass dies bei **Kongressen und Tagungen** sowie bei **Incentive-Reisen** der Fall sein wird. Allerdings halten 49 Prozent auch bei Kongressen und Tagungen die Erreichung dieses Ziels für unwahrscheinlich, für Incentive-Reisen bezweifeln dies 41 Prozent.

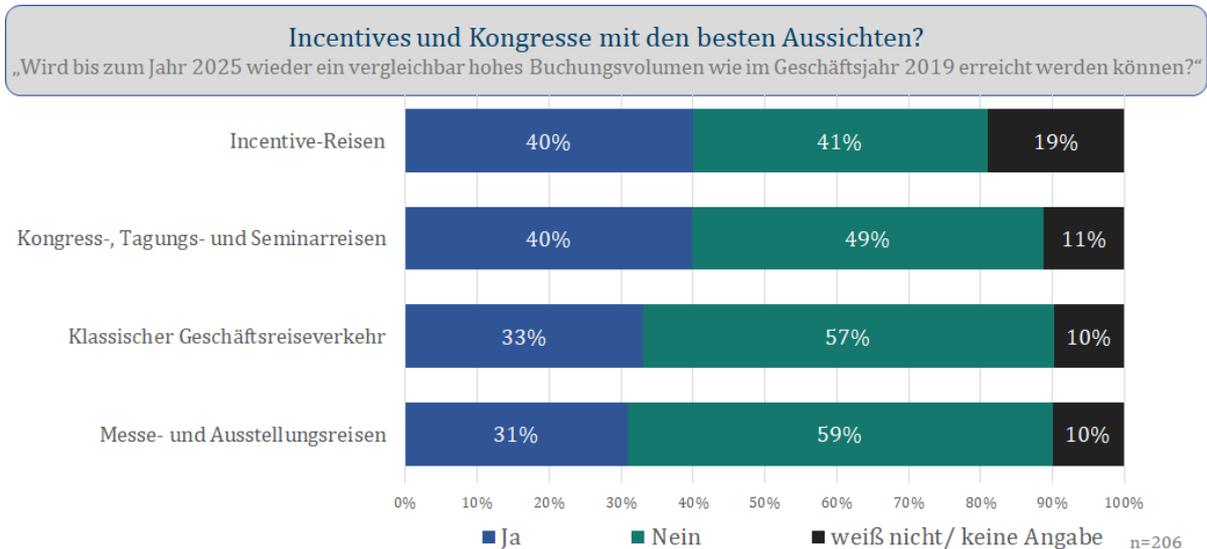


Abbildung 5: Entwicklungsperspektiven der einzelnen Segmente

Von den Befragten, die nicht an eine Erholung bis zum Jahr 2025 glauben, halten je nach Angebotssegment zwischen zehn und derizehn Prozent das Erreichen des Buchungsvolumens aus 2019 bis zum Jahr 2026 für möglich. Zwischen sieben und 15 Prozent glauben, dass dies bis zum Jahr 2027 erreicht werden kann. **Jedoch gibt jeweils rund die Hälfte (je nach Segment zwischen 49 und 55 Prozent) an, dass ein Buchungsvolumen wie 2019 nicht mehr erreicht werden wird.**

Im Schnitt wird im klassischen Geschäftsreiseverkehr mit einem bleibenden Umsatzrückgang von 29,7 Prozent in Bezug zu 2019 gerechnet. Bei Messe- und Ausstellungsreisen rechnen die Befragten mit einem bleibenden Rückgang von 32,1 Prozent, für Kongress-, Tagungs- und Seminarreisen mit 29,0 und für Incentive-Reisen mit 30,6 Prozent.

Die Geschäftsreise der Zukunft: Flexibilität, Sicherheit und ökologische Nachhaltigkeit sind die Kernfaktoren

Unter Berücksichtigung von in der Fachöffentlichkeit diskutierten Thesen sowie eigens durch das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes aufgestellten Thesen mit Bezug zur weiteren Entwicklung der Geschäftsreise zeigen sich erste Handlungsansätze für die eingangs geschilderte, schwierige Situation.

Ob bei der Buchung, Stornierung oder Durchführung, die *Geschäftsreise der Zukunft muss in ihrer Angebotsgestaltung noch einmal flexibler werden*. Dem Eintritt dieser These stimmen 81 Prozent zu. Dass *Sicherheit zu einem entscheidenden Buchungskriterium werden wird*, das in seiner Bedeutung evtl. auch den Preis übersteigen kann, halten 79 Prozent für wahrscheinlich. Dabei könnten

nutzerfreundliche digitale Lösungen für 72 Prozent die klassischen Buchungsprozesse weitgehend ersetzen. Dem gegenüber denken jedoch 49 Prozent nicht, dass die Bedeutung des Preises abnehmen wird. Für 73 Prozent der Befragten steht fest, dass die Bedeutung der ökologischen Nachhaltigkeit auch im Geschäftsreisetourismus zunehmen wird. Darüber hinaus denken 71 Prozent, dass die Wichtigkeit von Beratung und Customer Care aufgrund einer steigenden Komplexität signifikant zunehmen wird. Dass bis dato aufgeschobene Geschäftsreisen nach Aufhebung der Beschränkungen kurzfristig nachgeholt werden, nehmen nur 14 Prozent an.



Abbildung 6: Thesen zur Geschäftsreise der Zukunft

Veranstaltungsformate: Hybride Veranstaltungen auf dem Vormarsch. China, Schweiz und BeNeLux gewinnen als Quellmärkte an Bedeutung

Für eine Prognose der Teilnehmerzahlen zeigt sich bei geschäftlichen Veranstaltungen mit nationalem und internationalem Teilnehmerkreis ein geteiltes Bild. 45 Prozent der Befragten denken, dass *Veranstaltungen mit nationalem Teilnehmerkreis* wieder Gästezahlen wie 2019 erreichen werden. Rund 70 Prozent dieser Teilnehmenden gehen davon aus, dass dies bis zum Jahr 2025 der Fall sein kann. Bei *Veranstaltungen mit internationalem Teilnehmerkreis* denken dies nur 30 Prozent. Von diesem Anteil halten es 59 Prozent bis zum Jahr 2025 für möglich.

Hinsichtlich der Quellmärkte von Veranstaltungen mit internationalem Teilnehmerkreis halten die Teilnehmenden dieser Umfrage einen Bedeutungsverlust vor allem der *USA und Großbritannien* für wahrscheinlich. 57 Prozent denken, dass Großbritannien als Quellmarkt an Bedeutung verlieren wird, 46 Prozent nehmen dies für die USA an. Laut 38 Prozent der Befragten wird auch *China* einen Bedeutungsverlust hinnehmen. Konträr dazu nehmen allerdings 29 Prozent an, dass die Bedeutung Chinas zunehmen wird, was den höchsten Wert einer Bedeutungszunahme unter

allen abgefragten Nationen darstellt. Eine zunehmende Bedeutung wird auch der *Schweiz* (26 Prozent) und den *BeNeLux-Ländern* (26 Prozent) zugeschrieben.

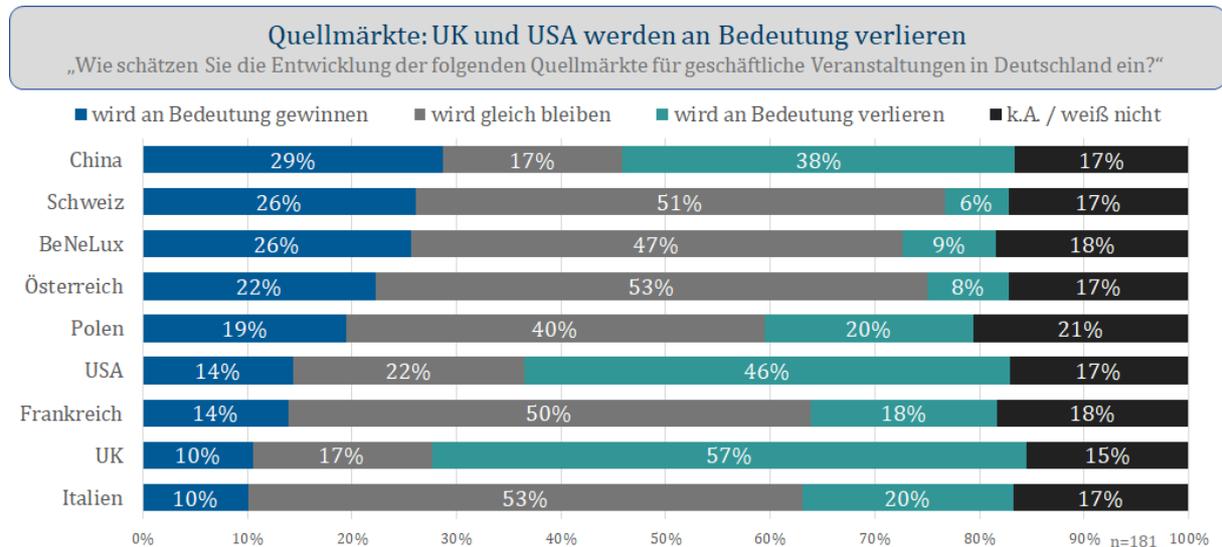


Abbildung 7: Quellmärkte geschäftlicher Veranstaltungen

Unter den betrachteten Veranstaltungsformaten sehen die Befragten vor allem bei solchen *hybriden Veranstaltungen*, bei denen Referenten und Teilnehmer teils vor Ort und teils digital teilnehmen, eine zunehmende Bedeutung in den nächsten Jahren (78 Prozent der Befragten). Für hybride Veranstaltungen, bei denen nur Referenten vor Ort anwesend sind, nehmen dies nur 57 Prozent an. Bei vollständig *virtuellen Veranstaltungen* gehen 58 Prozent von einem Bedeutungszuwachs aus. Für reine *Präsenzveranstaltungen* rechnen 54 Prozent mit einem Bedeutungsrückgang.

Dennoch bieten reine *Präsenzveranstaltungen* nach Angaben der Befragten generell bessere Möglichkeiten zum Austausch und bieten ein effektiveres, nachhaltigeres Networking. Allerdings sind sie auch mit den offensichtlichen Nachteilen des hohen Kosten- und Zeitaufwands und einer erhöhten Pandemieanfälligkeit verbunden. *Hybride Veranstaltungen* bieten eine große Reichweite und eine erhöhte Flexibilität, allerdings sind diese mit einem hohen Organisationsaufwand verbunden. Außerdem gehen 67 Prozent der Befragten davon aus, dass bei hybriden Veranstaltungen keine Gleichwertigkeit zwischen virtuell und real anwesenden Teilnehmern herrscht. Die Vorteile vollständig *virtueller Veranstaltungen* bestehen vor allem in einer hohen Kosten- und Zeitersparnis sowie einer erhöhten terminlichen Flexibilität. Dennoch wird der persönliche Austausch von 80 Prozent der Befragten vermisst und mehr Möglichkeiten zur Partizipation und Interaktion sind gewünscht.

Hybride Veranstaltungen auf dem Vormarsch
„Wie schätzen Sie die Entwicklung der folgenden Veranstaltungsformate ein?“

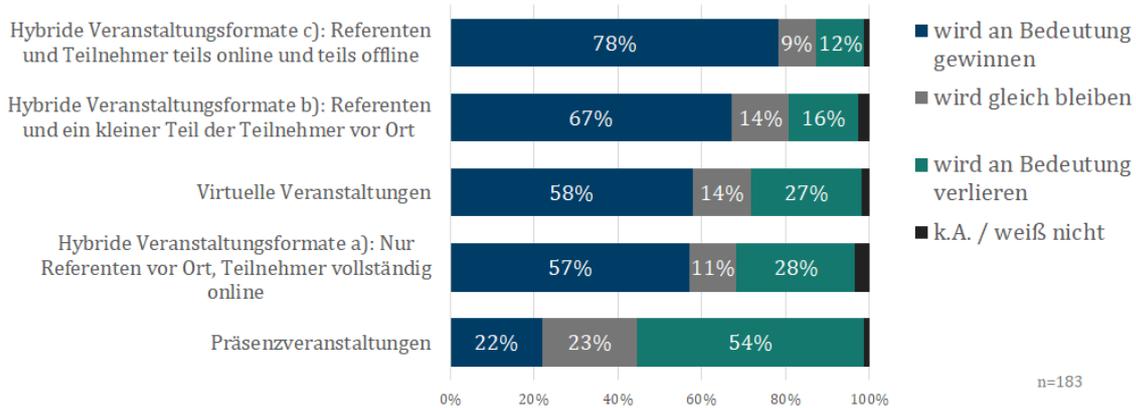


Abbildung 8: Bedeutung der Veranstaltungsformate

Anbieter: Online-Mittler und Event-Locations mit den besten Aussichten

Die Zukunftsaussichten der einzelnen Anbietersegmente im Geschäftsreisetourismus werden zu einem Anteil zwischen 27 Prozent (für Online-Mittler) und 54 Prozent (für Tagungshotels) als negativ oder sehr negativ betrachtet. Positive Aussichten werden vor allem den *Online-Mittlern* (zu 35 Prozent), den *Eventlocations* (zu 35 Prozent) und den *Mietwagen-Unternehmen* (zu 30 Prozent) attestiert. Die negativsten Aussichten haben *Tagungshotels*, *Geschäftsreisebüros* (zu 52 Prozent) sowie *Messen und Kongresse* (zu 58 Prozent).

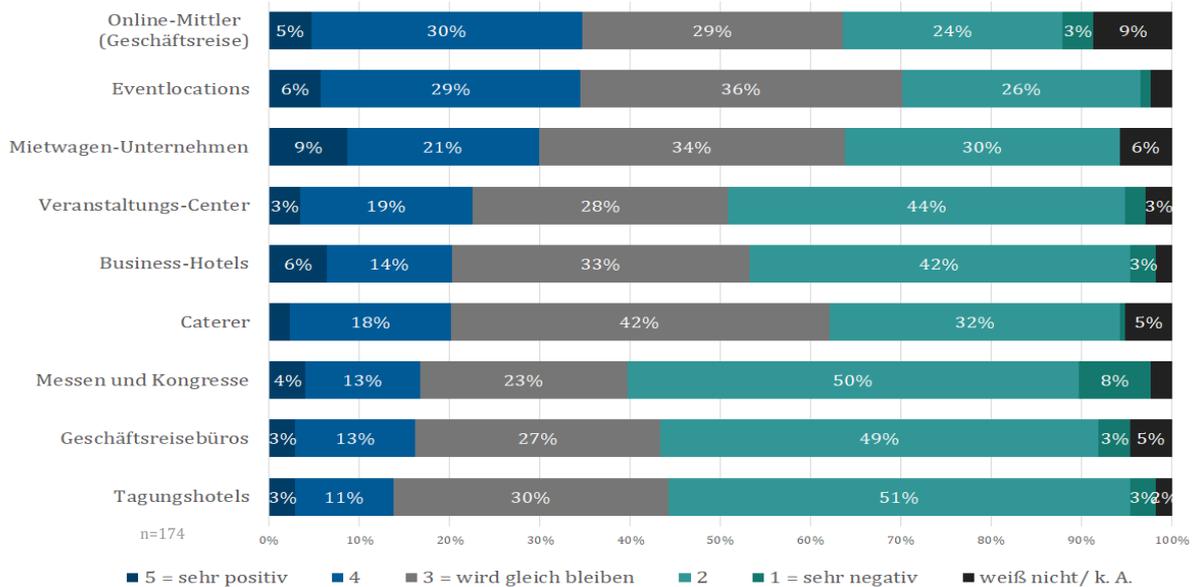


Abbildung 9: Aussichten der Anbietersegmente

Die Stärkung der Anbieter im Geschäftsreisetourismus sollte nach Aussage der Befragten vor allem durch die *Anpassung und Flexibilität von Geschäftsmodellen* erfolgen (82 Prozent Zustimmung). *Nachhaltige Angebote und Locations* stellen ebenfalls für 82 Prozent eine Möglichkeit dar. Für 68 Prozent sind *verbesserte, eindeutige Richtlinien und rechtliche Grundlagen* eine wesentliche Voraussetzung.

Neben der strategischen Stärkung der Anbieter können zusätzliche Serviceleistungen zu einer Verbesserung der Situation führen. 94 Prozent der Befragten halten *E-Ticketing* hierbei für geeignet, 82 Prozent die *Verbesserung der Nachhaltigkeit der Angebote*. Die Einführung von *touchless Events* halten 78 Prozent für sinnvoll. *Erweiterte Hygienemaßnahmen in den Locations, beim Transport und in der Unterkunft* halten jeweils über 70 Prozent für wichtig.

Dienstreisen: Die Genehmigung wird schwieriger und es wird andauernde Beschränkungen für einzelne Länder geben

Die deutlichste Entwicklungsrichtung sehen die Befragten darin, dass die *Bewilligung von Dienstreisen insgesamt schwieriger* werden wird (zu 57 Prozent). 53 Prozent nehmen darüber hinaus an, dass es *andauernde Einreisebeschränkungen in bestimmte Länder* geben wird. Exakt die Hälfte der Befragten geht davon aus, dass *Dienstreisen generell kürzer* werden.

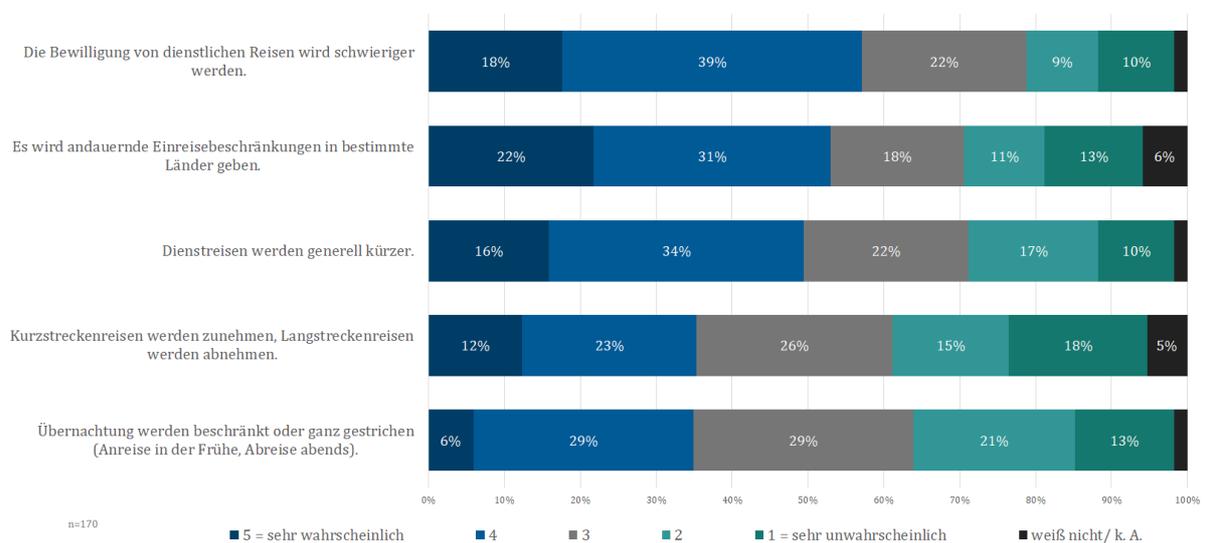


Abbildung 10: Entwicklungen bei Dienstreisen

Im Durchschnitt glauben die Befragten, dass das *Budget für Geschäftsreisen im eigenen Unternehmen* im Jahr 2025 rund 70 Prozent des Budgets aus 2019 betragen wird. Leistungsanbieter und kleinere Unternehmen schätzen mit 56 und 62 Prozent das Budget für 2025 in Bezug zu 2019 noch geringer ein.

Vor allem in der *Bahn* sehen 74 Prozent der Befragten ein in Zukunft vermehrt genutztes Verkehrsmittel. 59 Prozent gehen von einer zunehmenden Nutzung von *Car Sharing* aus, 51 Prozent bei *Mietwagen*. Für *Flugzeug* und *Fernbus* sagen die Panelteilnehmer zu 59 und 53 Prozent einen Rückgang voraus.

Die vier aktuell mit Abstand größten *Hindernisse* für die Durchführung von Geschäftsreisen sind die *möglichen Gesundheitsrisiken für die Reisenden* (81 Prozent Zustimmung), die *fehlende Planungssicherheit* (80 Prozent Zustimmung), die *international komplizierten Einreisebestimmungen* (77 Prozent Zustimmung) und *unklare Bestimmungen vor Ort* (75 Prozent Zustimmung).

Fazit: Kurs auf Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Die Ergebnisse des Online-Panels lassen durchgängig erkennen, dass die Branche eine deutlich verstärkte Entwicklung in Richtung **Digitalisierung, Nachhaltigkeit, Flexibilität und Sicherheit** erwartet.

- Knapp über 60 Prozent der Panelteilnehmer gehen davon aus, dass sich die digitalen Veranstaltungsformate, die sich insbesondere während der Pandemie etabliert haben, halten werden und persönliche Dienst- und Geschäftsreisen langfristig unter dem Niveau des Jahres 2019 bleiben. Insbesondere Messe- und Ausstellungsreisen sowie der klassische Geschäftsreiseverkehr werden von Rückgängen betroffen sein. Dies gilt ebenfalls für Veranstaltungen mit internationalem Teilnehmerkreis, bei denen nur 30 Prozent der Befragten von einer Erholung bis 2025 ausgehen.
- Die Bedeutung von Sicherheit, ökologischer Nachhaltigkeit und digitaler Lösungen wird zunehmen.
- Vor allem bei hybriden Veranstaltungen, bei denen Referenten und Teilnehmer teils vor Ort und teils digital teilnehmen, werden aufgrund der erhöhten Reichweite und Flexibilität Zuwächse erwartet. Bei Präsenzveranstaltungen werden bei dem vergleichsweise hohen Kosten- und Zeitaufwand Rückgänge erwartet. Die Bedeutung von China, der Schweiz und der BeNeLux-Ländern als Quellmarkt wird zunehmen, während USA und UK an Bedeutung verlieren.
- Mit Blick auf Dienstreisen im eigenen Unternehmen gehen die Befragten durchschnittlich davon aus, dass das Geschäftsreisebudget im Jahr 2025 nur noch 70 Prozent des aus dem Jahr 2019 gewohnten Budgets betragen wird. Generell werden Dienstreisen kürzer und schwieriger zu genehmigen sein.
- Die Einführung von E-Ticketing, touchless Events und eine verbesserte Nachhaltigkeit bieten positive Aussichten.

Wie geht es weiter?

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes nutzt die Ergebnisse dieser Umfrage und externer Studien, um das BMWi bei der Förderung der zukünftigen Tourismusentwicklung zu beraten. Mit den aktuell zunehmenden Lockerungen und Öffnungen im Tourismus sind neue Herausforderungen und Fragestellungen verknüpft, denen sich die Branche stellen muss. Wir werden die touristischen Akteure weiterhin dabei unterstützen.

Im weiteren Verlauf des Jahres werden wir erneut unser Online-Panel zu aktuellen Entwicklungen im Tourismus befragen. Registrierte Teilnehmer bekommen automatisch einen Umfragelink per E-Mail zugeschickt.

Haben Sie Fragen?

Ihr Ansprechpartner

Thorsten Koppenhagen

Senior Analyst

onlinepanel@kompetenzzentrum-tourismus.de

<http://www.kompetenzzentrum-tourismus.de>

Über das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes

Das Kompetenzzentrum Tourismus des Bundes ist zentraler Mittler zwischen Wirtschaft, Wissenschaft und Bundespolitik. Es fördert den Wissenstransfer sowie die Vernetzung der Tourismuswirtschaft in Deutschland und begleitet Innovationen. Es arbeitet im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie.

Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack (Leiter): h-d.quack@kompetenzzentrum-tourismus.de

Dirk Rogl (Stellv. Leiter): d.rogl@kompetenzzentrum-tourismus.de

Prof. Dr. Harald Pechlaner (Wissenschaftlicher Leiter): h.pechlaner@kompetenzzentrum-tourismus.de

Bebilderung (Titelseite): pixabay