

Mafo-Newsletter 1/2023

ERGEBNISSE AUS DER STUDIE

RA BUSINESS 2022



3. Studie
zum
Business
Travel

Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse und Take-Aways

- Die RA Business der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen hat eine wissenschaftlich abgesicherte Erfassung der Übernachtungsgeschäftsreisenden im deutschen Quellmarkt zum Ziel. Dabei werden das Reiseverhalten und Einstellungen von Geschäftsreisen zu ausgewählten Themen durch repräsentative Befragungen ermittelt.
- Bereits im Jahr 2021 konnten im Rahmen des [Mafo-Newsletters](#) Daten zu den Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg analysiert werden. In der aktuellen Studie standen u. a. die Themen Nachhaltigkeit und die Organisation von Veranstaltungen im Fokus der Untersuchung.
- Aktuell befindet sich der Markt für Übernachtungsgeschäftsreisen in der Recovery-Phase: Im Zeitraum vom Mai 2021 bis April 2022 konnten 35 Mio. Übernachtungsgeschäftsreisen (+25% zum Vorjahr) ermittelt werden, bei denen in Summe 24 Mrd. € (+43% zum Vorjahr) ausgegeben wurde. Trotz zum Teil deutlicher Steigerungen zum Vorjahr, liegt das Niveau derzeit noch etwa fünfzig Prozent unter Vorkrisen-Niveau. Aktuell führt etwa jede zehnte Geschäftsreise mit Übernachtung nach Baden-Württemberg. Seit Beginn der Messungen konnte Baden-Württemberg seinen Anteil ausbauen.
- Bei der Auswahl von Tagungslocations und -räumlichkeiten sind Destinationen eine wichtige Informationsquelle. Bei den Entscheidungskriterien geht es zum einen um die Erreichbarkeit und das Hotel, aber auch um das Preis-Leistungsverhältnis.
- Der Weg zur nachhaltigen Geschäftsreise ist lang. Derzeit arbeiten rund ein Drittel der Reisenden bei Unternehmen mit Richtlinien zur Nachhaltigkeit. Digitale Substitute und der Verzicht auf innerdeutsche Flugreisen sind wichtige Maßnahmen.

Ausgewählte Zahlen zum Business Travel in Baden-Württemberg

2,8 Mio.

Übernachtungsgeschäftsreisen
nach Baden-Württemberg

Im Zeitraum vom Mai 2021 bis April 2022 kommt die RA Business auf ein Reisevolumen von 2,8 Mio. Geschäftsreisen mit Übernachtung nach Baden-Württemberg. Im Vergleich der Bundesländer macht dies einen Anteil von rund 10% aller Geschäftsreisen mit Übernachtung aus. Das bedeutet Platz 5! Zwar ging das Volumen im Vergleich der letzten Jahre zurück, der Marktanteil konnte jedoch seit dem Jahr 2019 (8,8%) gesteigert werden.

31 %

MICE-Reisen
mit Übernachtung

Bei knapp einem Drittel der Geschäftsreisen mit Übernachtung nach Baden-Württemberg handelt es sich um eine MICE-Reise, also Reisen zu einer Teilnahme an einem Seminar (Schulung, Fort- und Weiterbildung) oder Teilnahme an Kongressen, Tagungen, Konferenzen, Symposien oder um eine Incentive-Reise. Im Vergleich zur letzten Erhebung ist der Anteil an MICE-Reisen von 34% auf 31% leicht gesunken. Klassische Geschäftsreisen (48%) wie Projektbesprechungen etc. haben weiterhin die größte Bedeutung.

77 %

wollen gute Erreichbarkeit des
Ortes mit dem PKW

Für die Personen, die in der Organisation von Veranstaltungen involviert sind, spielt die Erreichbarkeit eine besonders wichtige Rolle. Sowohl mit dem PKW (77%) als auch mit dem Zug (75%) soll der Veranstaltungsort gut erreichbar sein. Auch wichtig - das Hotel: es soll ausreichend viele Zimmer haben (69%), günstig sein (52%) und erstklassige Zimmer beinhalten (47%). Touristische Aspekte wie eine besondere Location (31%) haben auch eine gewisse Bedeutung, stehen jedoch nicht so stark im Vordergrund.

Business Travel: Recovery nach Corona

Volumen
Übernachtungs-
geschäftsreisen



35 Mio.

+25%

-56%

Ausgabevolumen
bei Übernachtungs-
geschäftsreisen



24 Mrd.

+43%

-48%

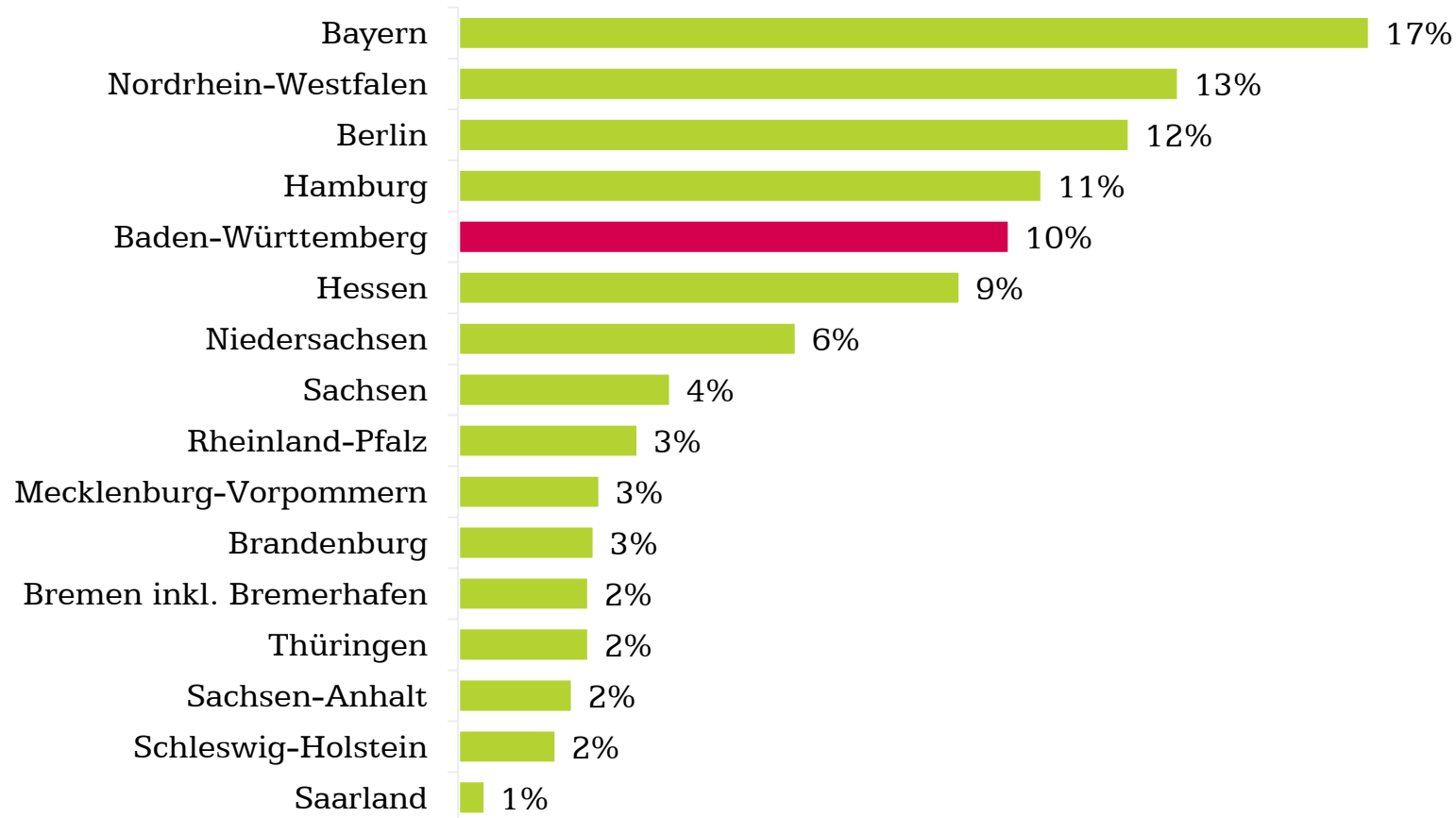
Aktuell
(Mai 2021 bis April 2022)

im Vergleich zum Vorjahr
(Mai 2020 bis April 2021)

im Vergleich zu Vor-Corona
(Mai 2018 bis April 2019)

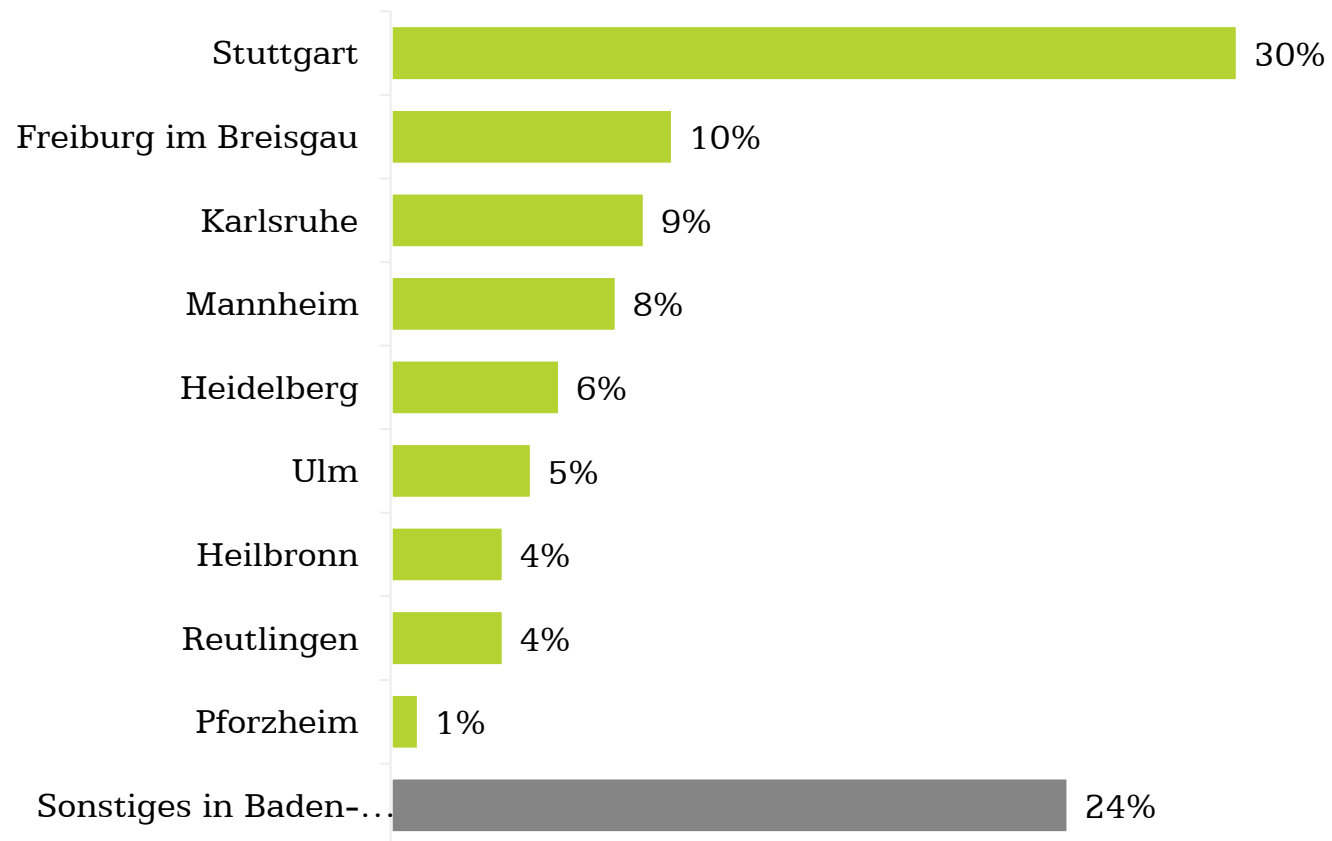
Im Zeitraum vom Mai 2021 bis April 2022 haben die Deutschen rund 35 Mio. Geschäftsreisen mit Übernachtung unternommen. Der Großteil der Reisen (81%) ging dabei ins Inland. Bei den Reisen wurden in Summe 24 Mrd. Euro von den Geschäftsreisenden verausgabt, die im Rahmen von Reiskostenabrechnungen geltend gemacht werden konnten. Zwar gab es im Vergleich zum Vorjahr eine deutliche Steigerung bei der Anzahl an Reisen (+25%) und Ausgaben (+43%), die Werte bleiben jedoch noch deutlich unter Vorkrisen-Niveau.

Platz 5 bei Übernachtungsgeschäftsreisen in Deutschland



Bayern ist das wichtigste Ziel für innerdeutsche Geschäftsreisen. Baden-Württemberg ordnet sich mit etwa jeder zehnten Übernachtungsgeschäftsreise hinter Nordrhein-Westfalen, den beiden Städten Hamburg und Berlin auf Rang 5 ein. Der Anteil entspricht 2,8 Mio. Übernachtungsgeschäftsreisen. Seit 2019 ist Baden-Württembergs Anteil an den Inlandsgeschäftsreisen von 8,8% (RAB 2019) auf aktuell 10,1% (RAB 2022) gestiegen. Absolut sind die Zahlen aufgrund der Pandemie allerdings von 5,5 Mio. (RAB 2019) auf 2,8 Mio. gesunken.

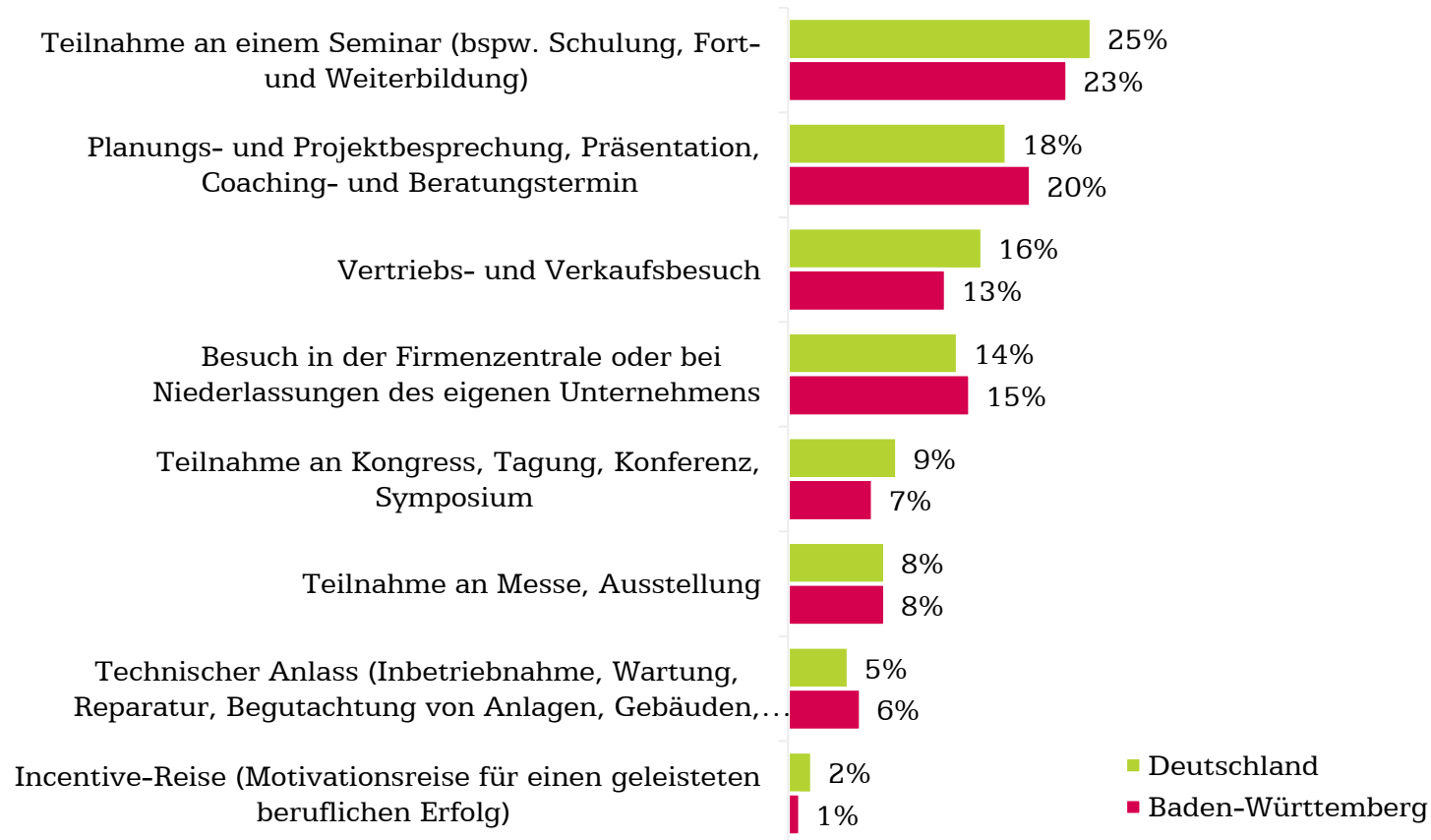
Stuttgart ist wichtigste Stadt im Business Travel



Bei Betrachtung der Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg gehen mit 30% der Großteil der Reisen nach Stuttgart. Die Landeshauptstadt ist mit größtem Abstand das wichtigste Ziel für den Geschäftsreisetourismus im Land. Es folgen Freiburg im Breisgau (10%), Karlsruhe (9%) und Mannheim (8%). Rund ein Viertel aller Übernachtungsgeschäftsreisen in Baden-Württemberg verteilt sich auf weitere Ziele im ganzen Land.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, n=360 Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022

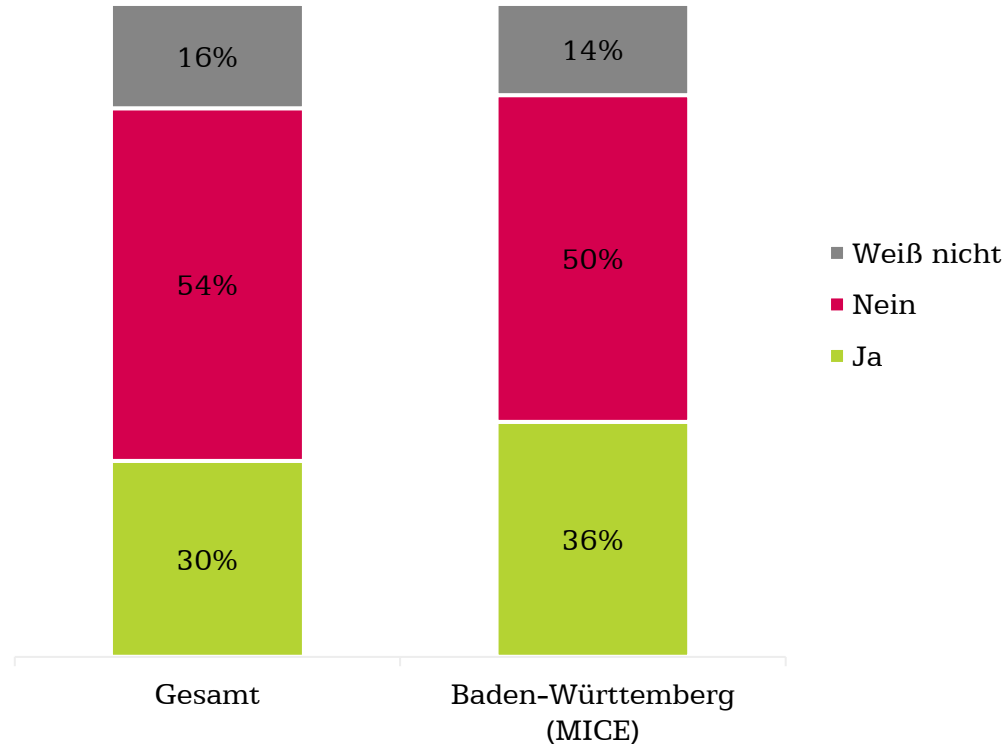
Reiseanlässe bei Übernachtungsgeschäftsreisen: Seminare mit größtem Anteil



Bei den geschäftlichen Reiseanlässen der Übernachtungsgeschäftsreisen in Baden-Württemberg von Mai 2021 bis April 2022 zeigt sich, dass es in Baden-Württemberg etwas mehr Planungs- und Projektbesprechungen, Besuche der Firmenzentralen und Reisen aus technischem Anlass gibt als bei den Deutschland-Geschäftsreisen. Andererseits ist der Anteil an Seminarteilnahmen, Vertriebs- bzw. Verkaufsbesuchen, sowie die Teilnahme an Kongressen und Incentive-Reisen in Baden-Württemberg etwas geringer als bei Inlandsgeschäftsreisen.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, n=3.569 Inlandsübernachtungsgeschäftsreisen im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022;
n=360 Übernachtungsgeschäftsreisen nach Baden-Württemberg im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022

Nachhaltigkeit: Reiserichtlinien und Maßnahmen in Unternehmen

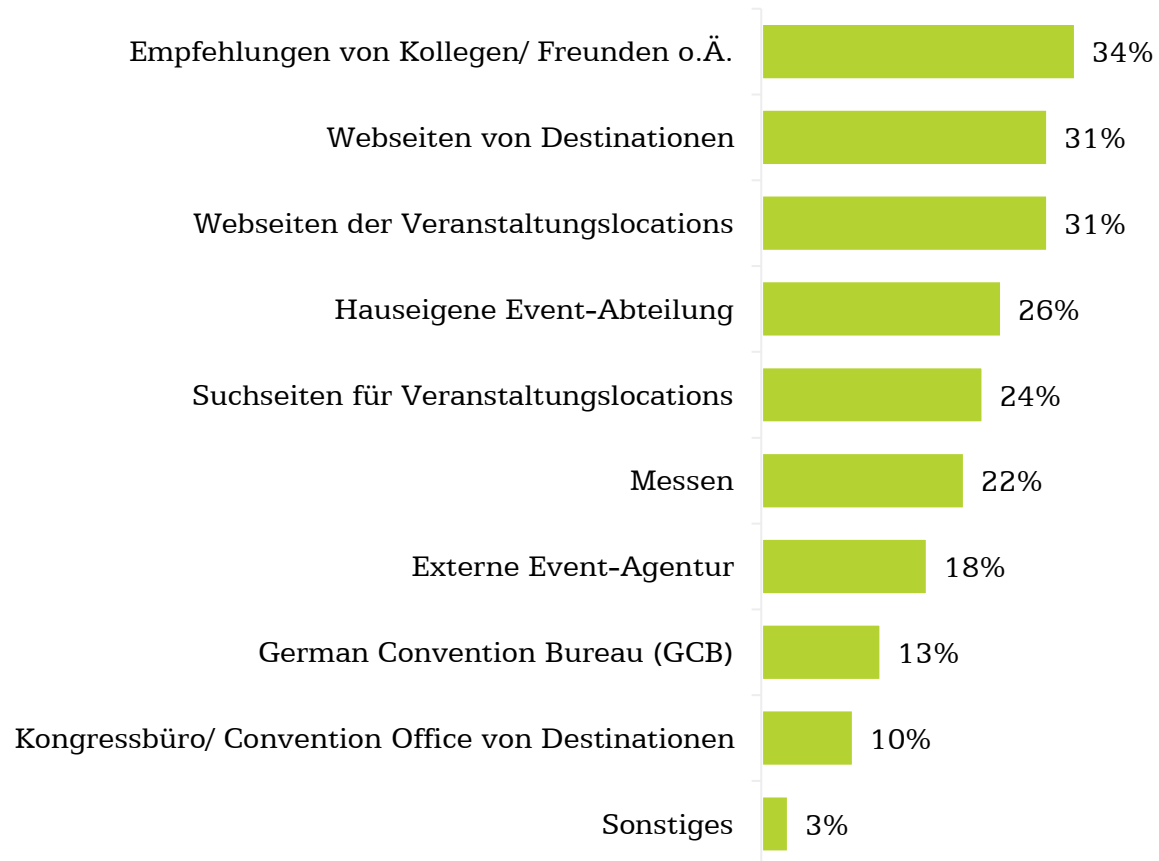


Von den MICE-Geschäftsreisenden nach Baden-Württemberg geben etwas mehr als ein Drittel der Befragten an, dass sie Richtlinien zur Nachhaltigkeit im Unternehmen haben. Der Großteil (50%) gibt jedoch an, dass es keine Regeln gibt. Wichtige Maßnahmen zur nachhaltigen Gestaltung von Geschäftsreisen in Unternehmen sind u. a. die Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings zu ersetzen, innerhalb Deutschlands den Zug statt das Flugzeug zu nutzen, mehrere Termine zusammenlegen, um die Anzahl an Reisen zu verringern sowie den Zug statt den PKW zu nutzen.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, n=2.093 Übernachtungsgeschäftsreisende im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022;

n=113 Baden-Württemberg MICE-Reisende im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022; Frage: Gibt es bei Ihnen im Unternehmen eine Richtlinie inwieweit Aspekte der Nachhaltigkeit bei der Planung von Geschäftsreisen zu berücksichtigen sind?

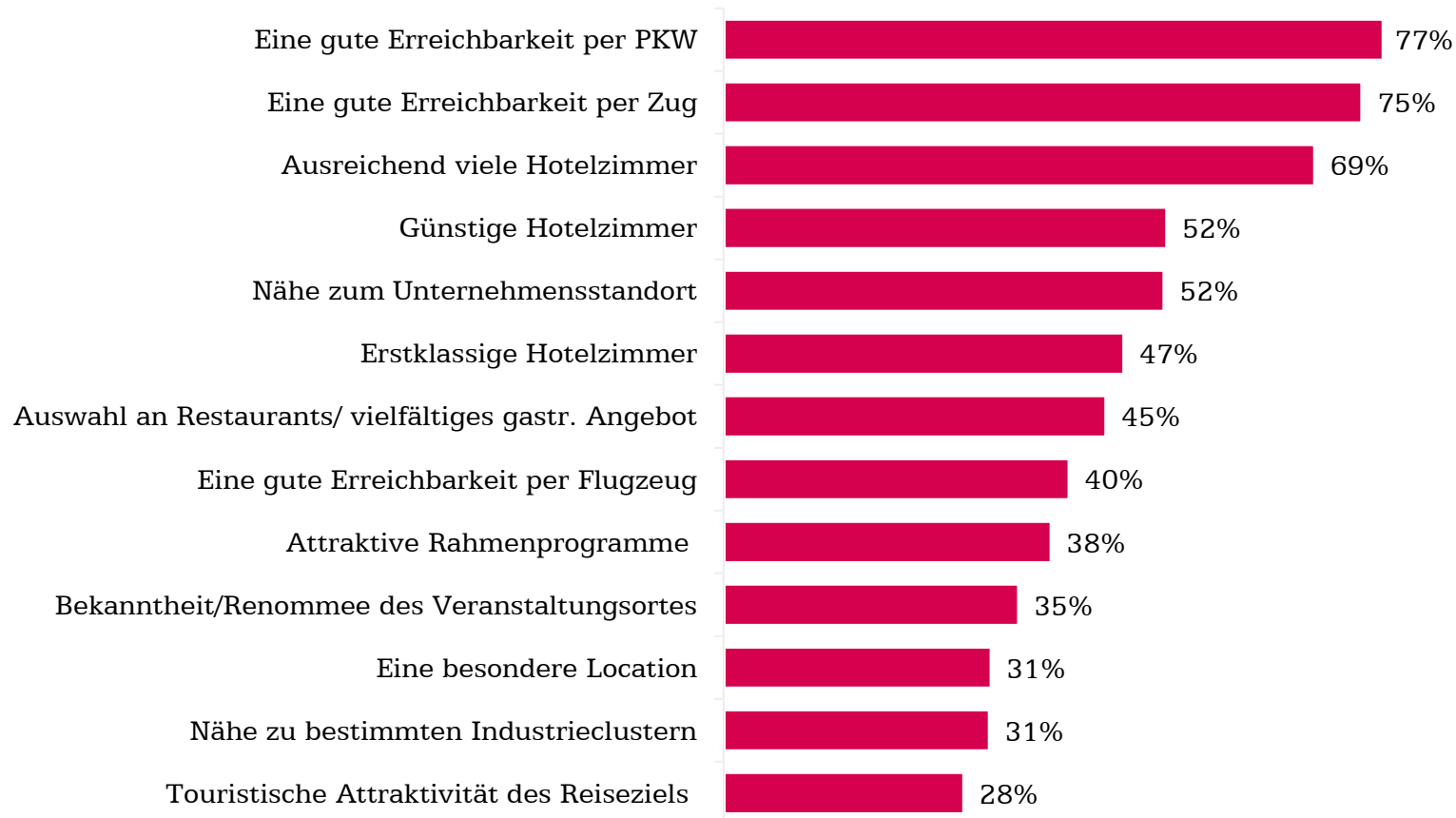
Entscheiderinnen und Entscheider: Informationen über Veranstaltungsorte



Für Entscheiderinnen und Entscheider über Veranstaltungslocations (Baden-Württemberg-Zielgruppe), sind Empfehlungen von Kolleginnen und Kollegen (34%), Websites von Destinationen und von Veranstaltungslocations (jeweils 31%) die wesentlichen Informationsquellen wenn sie sich über Veranstaltungsorte informieren. Im Vergleich zum Gesamtmarkt nutzen sie mehr Quellen und messen diesen mehr Wichtigkeit bei. Externe Event-Agenturen und Kongressbüros spielen jedoch eine etwas geringere Rolle.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, Übernachtungsgeschäftsreisende, die in Entscheidung über Veranstaltungslocations involviert waren/sind, n=206 (Baden-Württemberg Reisen) im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022; Frage: Wo informieren Sie sich im Allgemeinen bevorzugt über mögliche Veranstaltungsorte? Mehrfachantworten möglich.

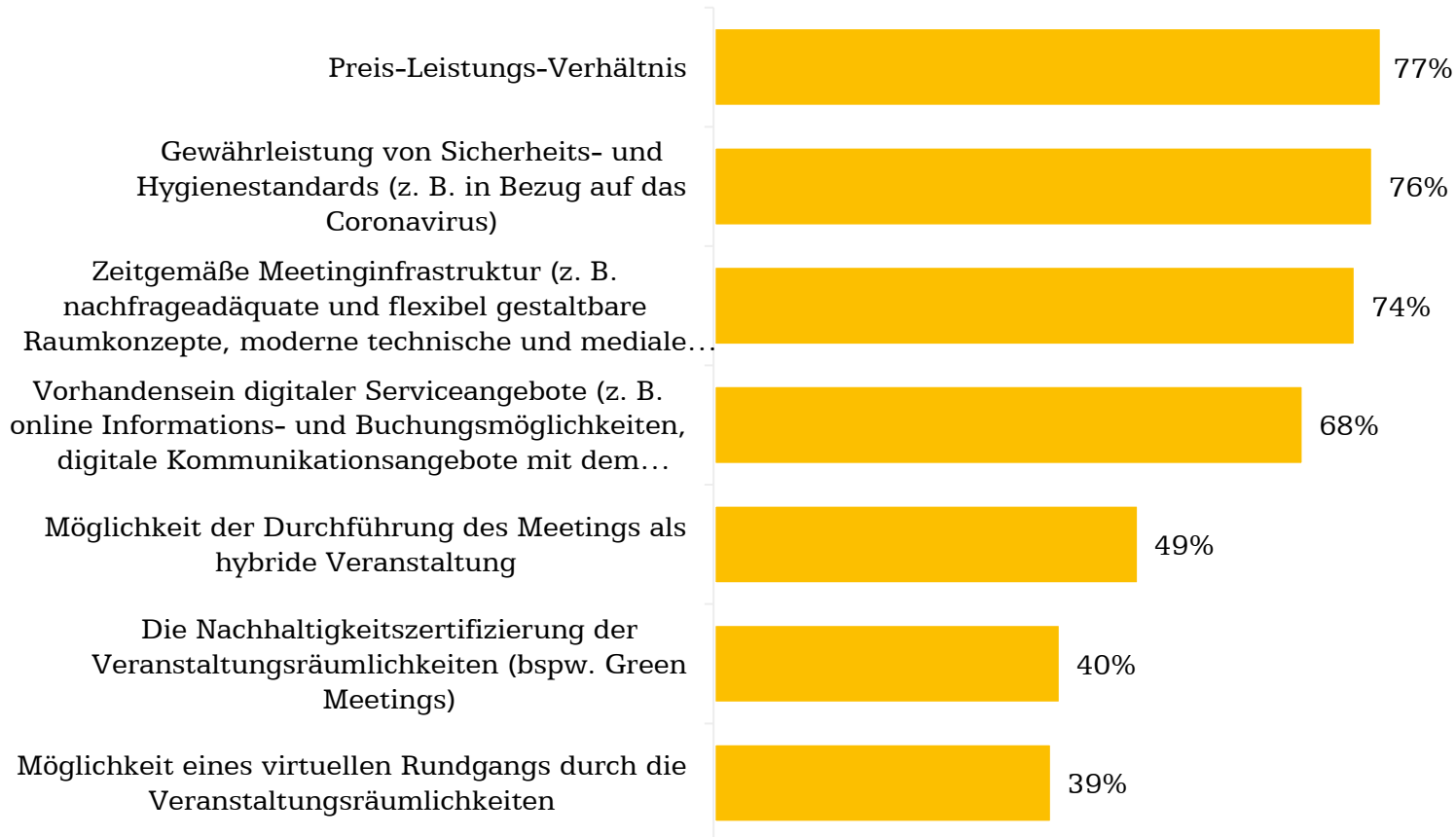
Entscheiderinnen und Entscheider: Auswahlkriterien für Veranstaltungsorte



Eine gute Erreichbarkeit des Veranstaltungsortes, sowohl mit dem PKW (77%) als auch mit dem Zug (75%), sowie ausreichend viele Hotelzimmer für die Teilnehmerinnen und Teilnehmer sind den Entscheiderinnen und Entscheidern (Baden-Württemberg) bei der Auswahl von Veranstaltungsorten besonders wichtig. Im Vergleich zum Gesamtmarkt spielen erstklassige Hotelzimmer, ein vielfältiges gastronomisches Angebot sowie weitere Aspekte zur Attraktivität der Veranstaltunglocation eine etwas geringere Rolle.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, Übernachtungsgeschäftsreisende die in Entscheidung über Veranstaltungslocations involviert waren/sind, n=206 (Baden-Württemberg Reisen) im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022; Frage: Wenn Sie die Wahl zwischen verschiedenen Veranstaltungsorten haben, wie wichtig sind die folgenden Aspekte für Ihre Entscheidung im Allgemeinen? Sie können Ihre Antworten von 1 = „überhaupt nicht wichtig“ bis 5 = „sehr wichtig“ abstimmen.“ Alle Angaben für „sehr wichtig“ und „wichtig“.

Entscheiderinnen und Entscheider: Auswahlkriterien für Räumlichkeiten



Bei der Auswahl der Räumlichkeiten legen die Entscheiderinnen und Entscheider (Baden-Württemberg-Zielgruppe) besonderen Wert auf ein stimmiges Preis-Leistungs-Verhältnis (77%), die Gewährleistung von Sicherheits- und Hygienestandards (76%) sowie auf eine zeitgemäße Infrastruktur für das Meeting (74%). Im Vergleich zur Gesamtstichprobe sind dies auch Aspekte, die zusammen mit dem Vorhandensein digitaler Serviceangebote (68%), bei der Auswahl von Räumlichkeiten mehr Wert geschätzt werden.

Quelle: RA Business 2022, Erhebung Norstat Ad-hoc, Übernachtungsgeschäftsreisende die in Entscheidung über Veranstaltungsorten involviert waren/sind, n=206 (Baden-Württemberg Reisen) im Zeitraum Mai 2021 bis April 2022; Frage: Wenn Sie die Wahl zwischen verschiedenen Veranstaltungsräumlichkeiten haben, wie wichtig sind die folgenden Aspekte für Ihre Entscheidung im Allgemeinen? Sie können Ihre Antworten von 1 = „überhaupt nicht wichtig“ bis 5 = „sehr wichtig“ abstimmen. Alle Angaben für „sehr wichtig“ und „wichtig“.

Mafo-Newsletter 1/2023

IMPRESSUM

Ihre Ansprechpartnerin:

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

Datenquelle: RA Business: FUR, 2022.

Informationen zur Methodik und weitere Daten finden Sie [hier](#) oder wenden Sie sich an die TMBW.

Bildnachweis: TMBW_Düpper

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