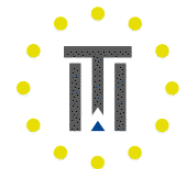


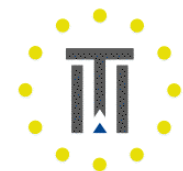
Meeting- & EventBarometer 2009



Travel & Tourism Competitiveness Index 2009: Deutschland auf Platz 3 des World Economic Forum (133 Staaten)

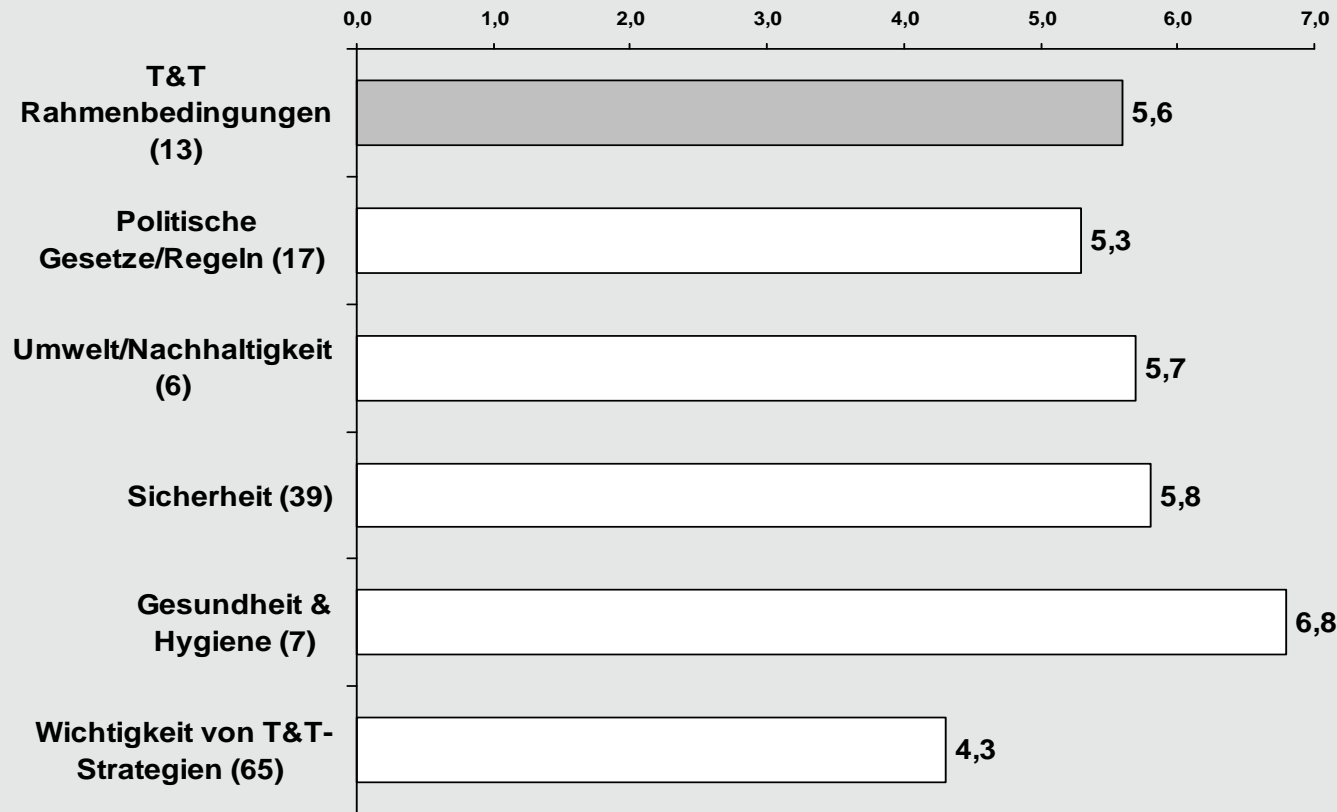
Country/Economy	2009		2008
	Rank/133	Score	Rank/130
Switzerland	1	5.68	1
Austria	2	5.46	2
Germany	3	5.41	3
France	4	5.34	10
Canada	5	5.32	9
Spain	6	5.29	5
Sweden	7	5.28	8
United States	8	5.28	7
Australia	9	5.24	4
Singapore	10	5.24	16
United Kingdom	11	5.22	6
Hong Kong SAR	12	5.18	14
Netherlands	13	5.09	18
Denmark	14	5.08	13
Finland	15	5.07	12
Iceland	16	5.07	11
Portugal	17	5.01	15
Ireland	18	4.99	21
Norway	19	4.97	17
New Zealand	20	4.94	19

Source: World Economic Forum 2009

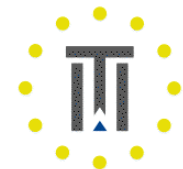




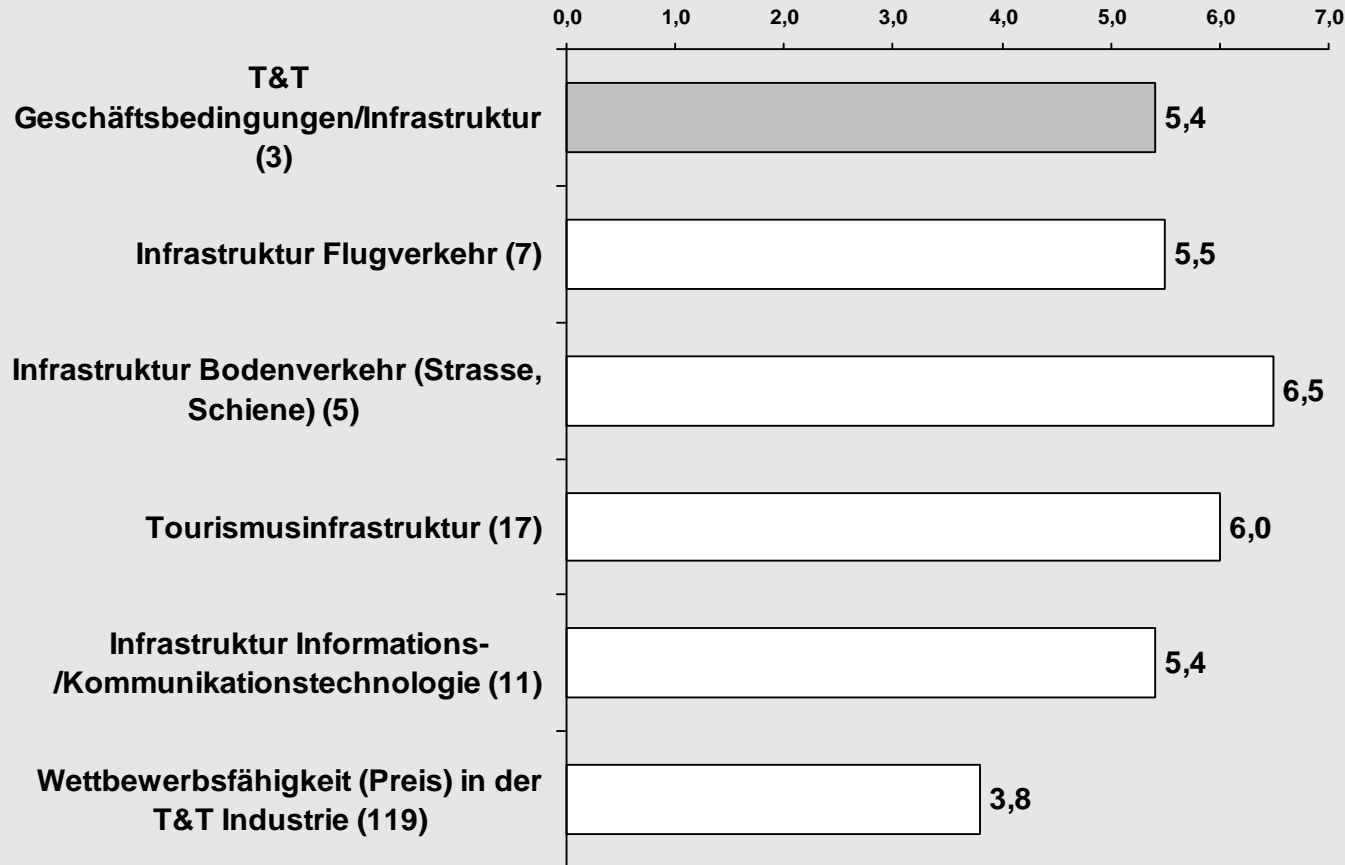
Rahmenbedingungen mit durchweg überdurchschnittlichen Bewertungen für Deutschland 2009



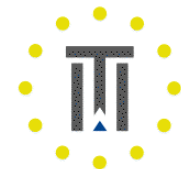
Source: World Economic Forum 2009



Deutschland mit Marktführerschaft bei Schiene und Straße sowie vorderen Plätzen bei Flug und Tourismusinfrastruktur



Source: World Economic Forum 2009



Insgesamt werden im Geschäftstourismus in Deutschland rund 65 Mrd. € verausgabt

Geschäftsreisen (mit Übernachtung)

Tagesgeschäftsreisen (TGR)

72,5 Mio.
Inland in 2008 (- 0,4%)
39 Mrd. Umsatz

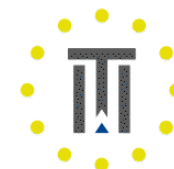
10,4 Mio. aus Europa
2008 Umsatz 6,7 Mrd.

1,4 Mio.* aus Übersee
5,0 Mrd.* Umsatz

315,4 Mio. Klassische TGR
122,6 Mio. TN Seminare/Sch.
59,4 Mio. TN Tag/Kongresse
42,7 Mio. TN Messen/Ausst.

540 Mio. Gesamt Inland
in 2006
14 Mrd. Umsatz

Quelle: DZT/TNS/Infratest; DZT/IPK 2007-2009; BMWI/DWIF 2006, *Schätzwerte

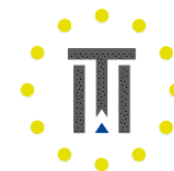


Deutschland hat auch 2008 überproportional hohe Anteile im europäischen Vergleich

28% aller Reisen aus Europa sind primär Geschäftsreisen

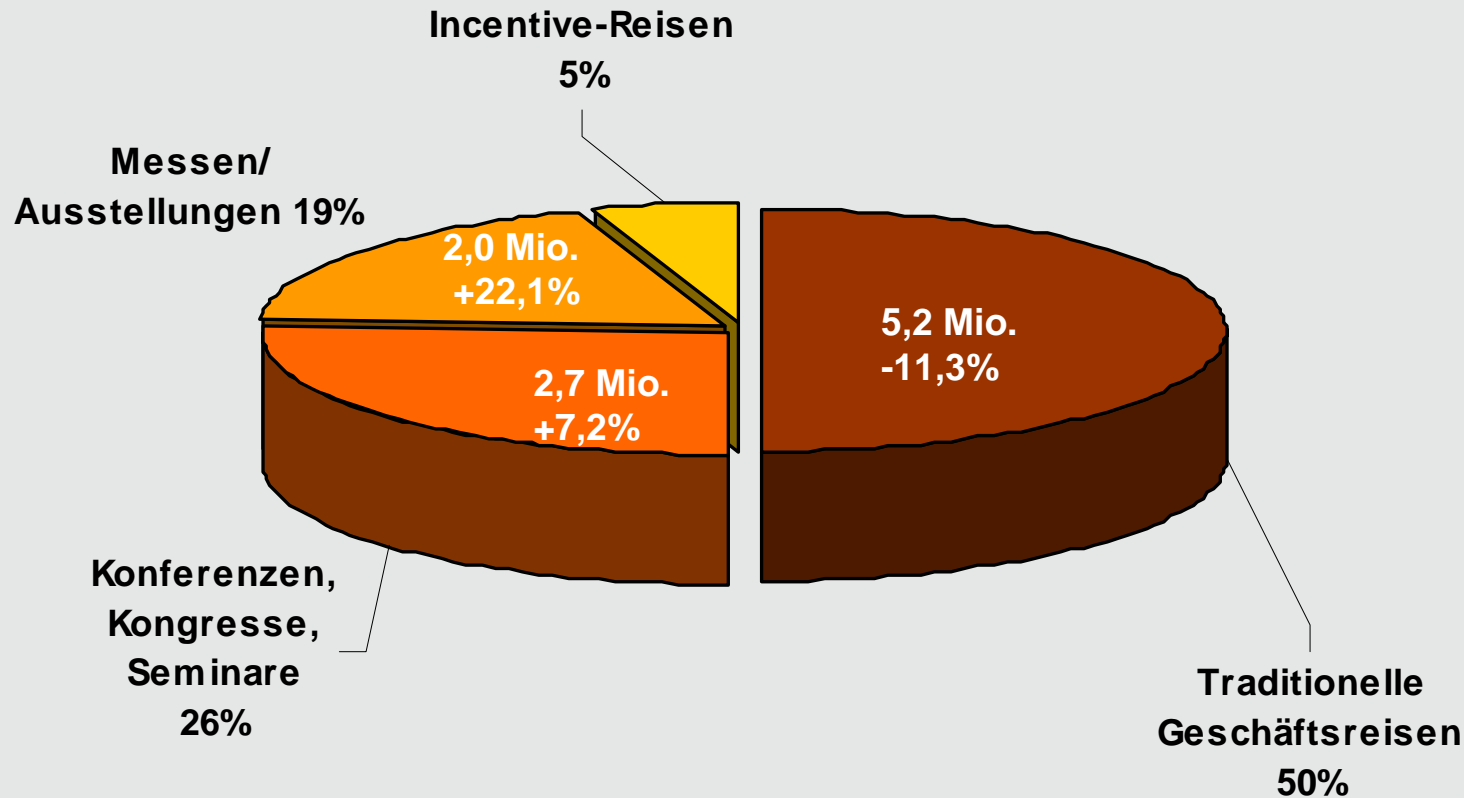
Reisezweck	Europa 2008 in Mio. ¹⁾	Europa 2008 Anteil ¹⁾	Deutschland 2008 in Mio. ¹⁾	Deutschland 2008 Anteil ¹⁾
Urlaubsreisen	294	70%	20	54%
- Kurzurlaub (1-3 Nächte)	54	13%	8	22%
- Langurlaub (4+ Nächte)	240	57%	12	31%
Verwandten-/Bekanntensbesuche (VFR)	28	7%	3	9%
Sonstige Reisen	35	8%	4	10%
Geschäftsreisen	64	15%	10	28%
Alle Reisen	422	100%	37	100%

Quelle: DZT/IPK 2009

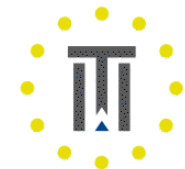


Die Hälfte aller Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland sind 2008 promotable Geschäftsreisen

Geschäftsreisen europaweit nach Deutschland 2008: 10,4 Mio. (+0,7%)

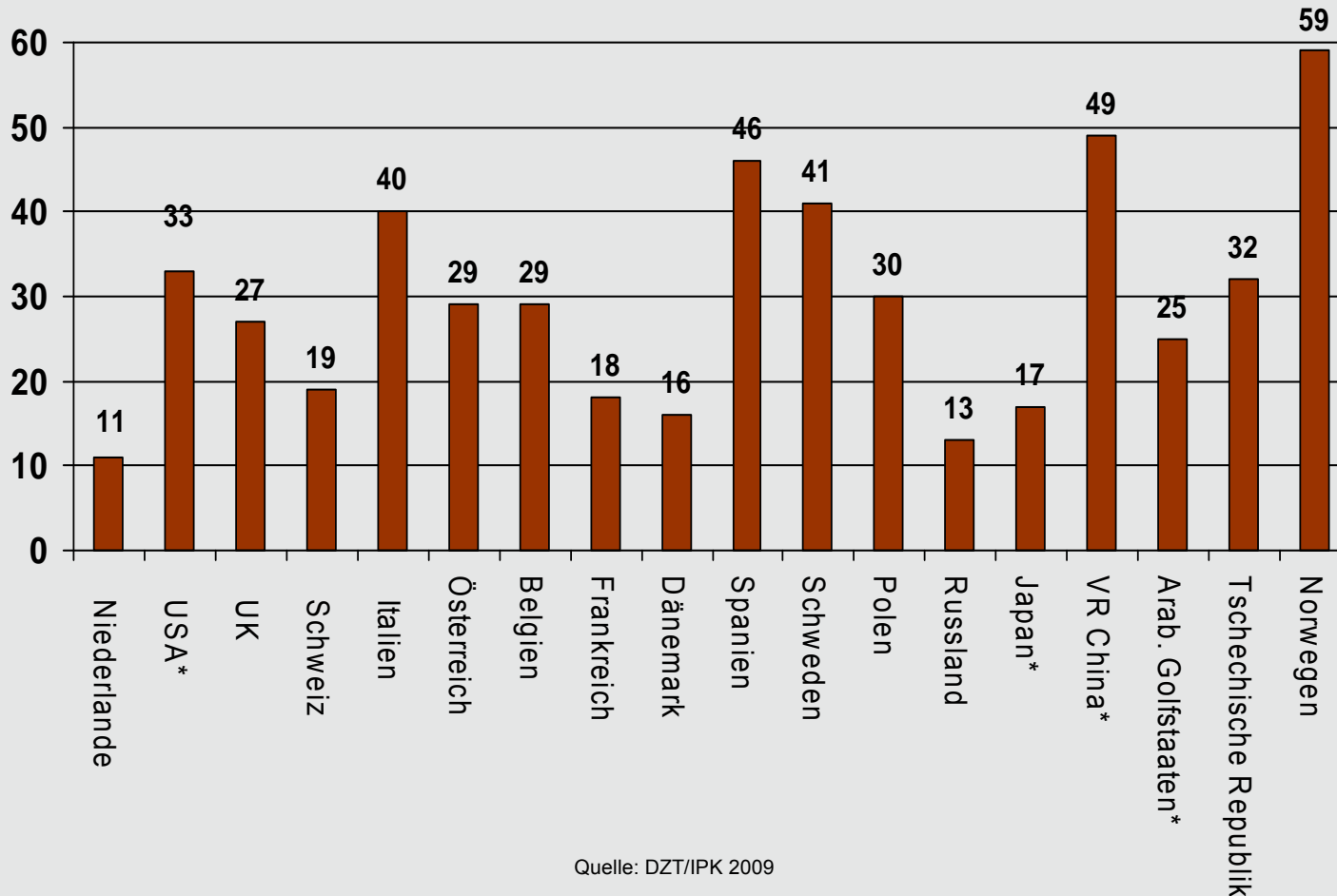


Quelle: DZT/IPK 2009

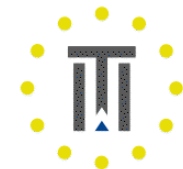




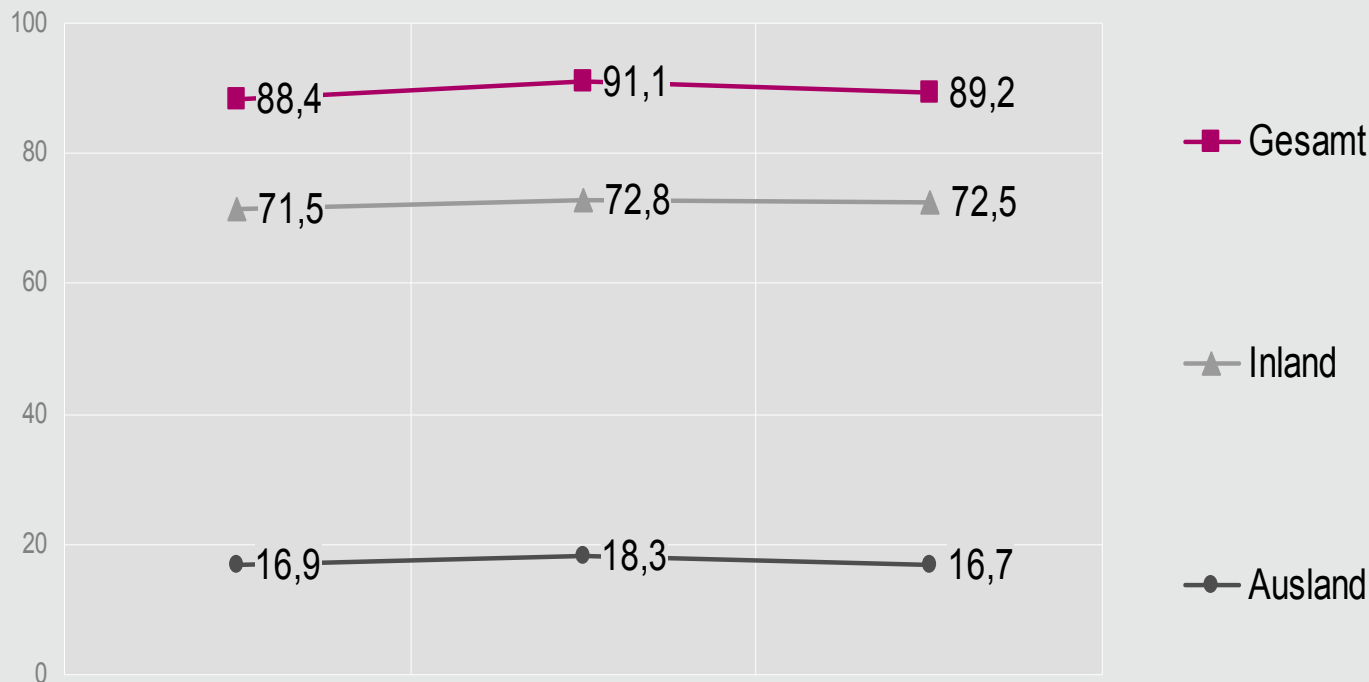
Norwegen, China und Spanien mit den höchsten Geschäftsreiseanteilen 2008



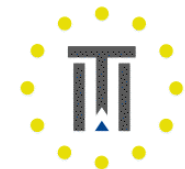
Quelle: DZT/IPK 2009



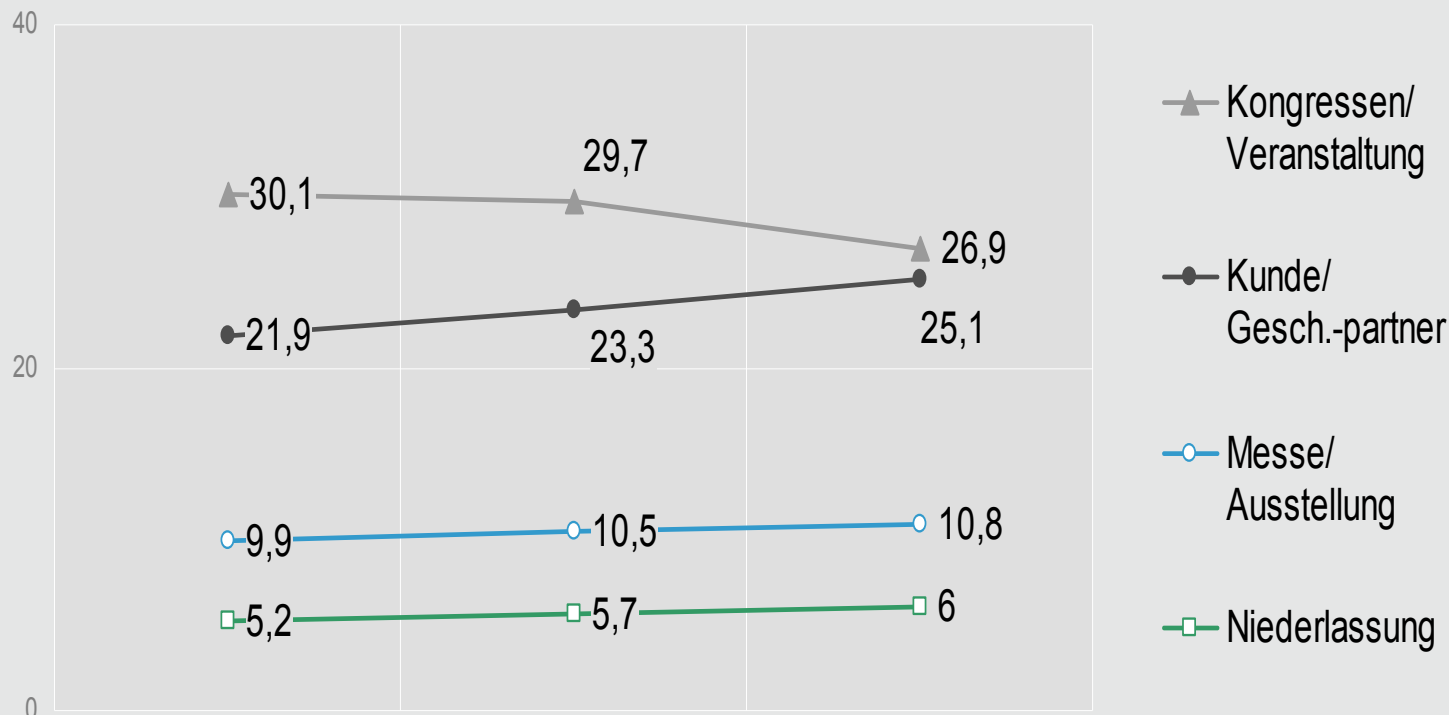
Inlandsgeschäftsreisen mit Übernachtung 2008 noch auf hohem Niveau, Auslandsgeschäftsreisen der Deutschen sinken 2008 unter das Niveau von 2006



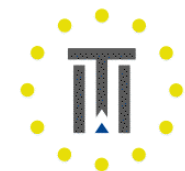
Quelle: DZT/TNS-Infratest 2009



Deutliche Verschiebungen beim Reiseanlass erkennbar, vor allem Reisen mit Übernachtung zu Weiterbildungsveranstaltungen und Veranstaltungen sanken bereits in 2008 deutlich

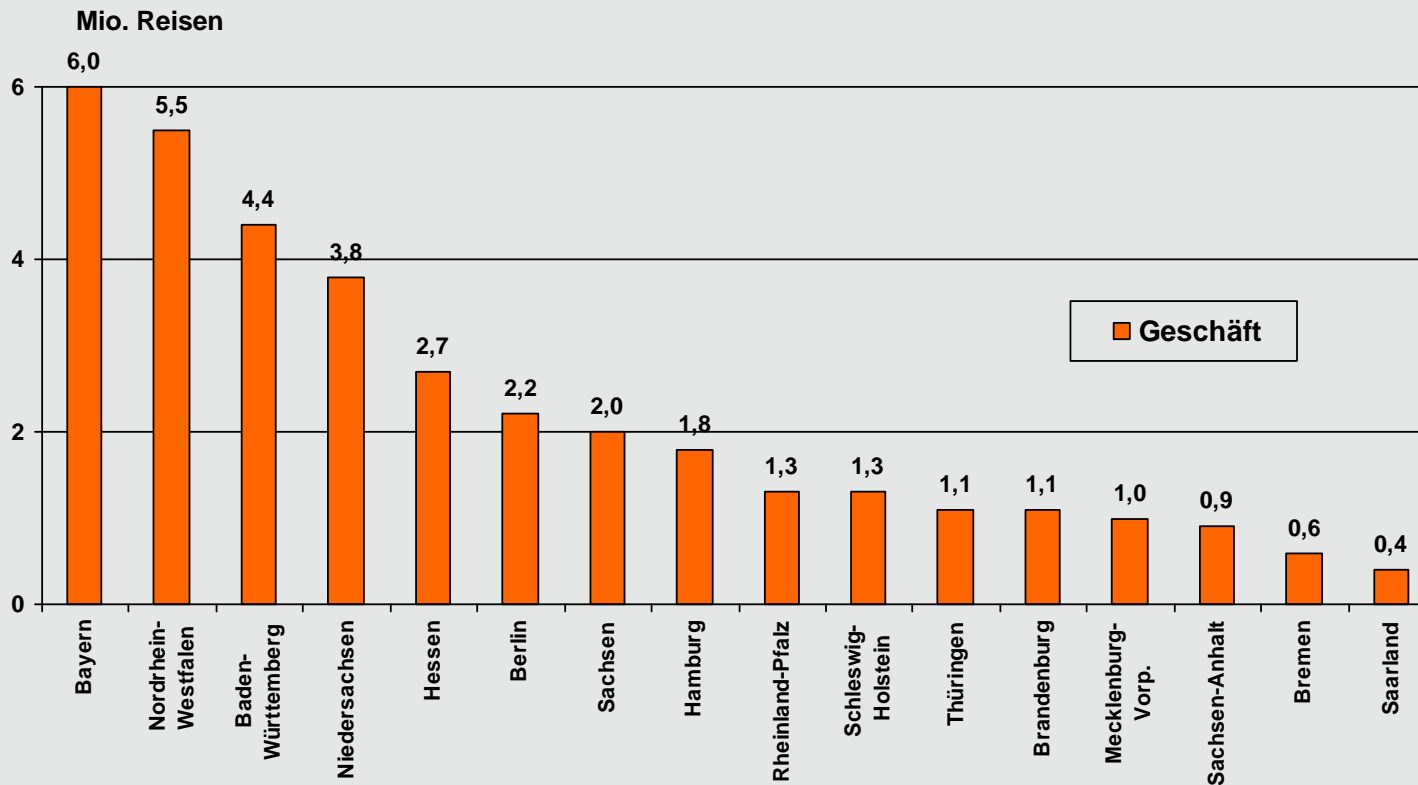


Quelle: DZT/TNS-Infratest 2009

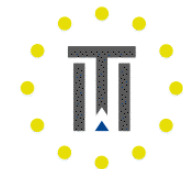




Bayern, NRW und Baden-Württemberg mit der größten Anzahl an Geschäftsreisen im Inland



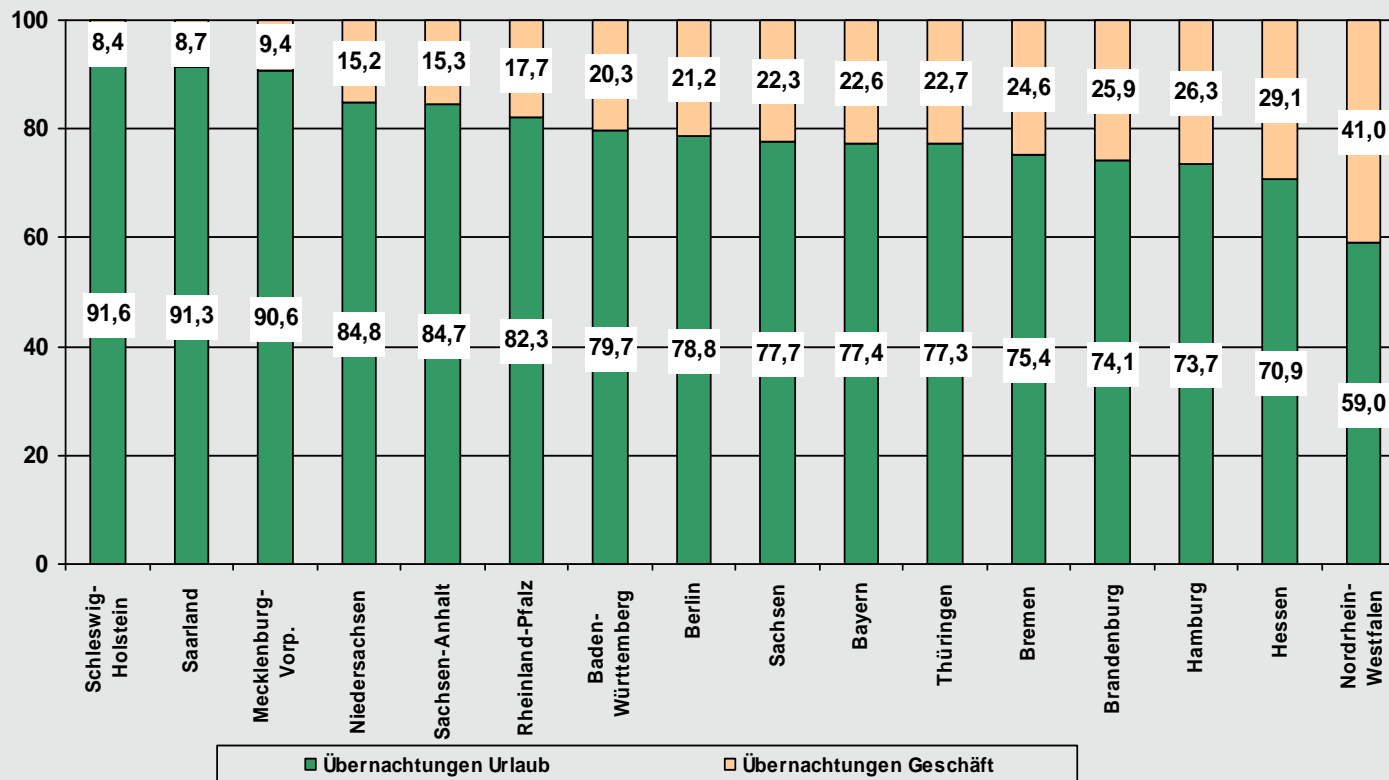
Quelle: DZT/IPK, Deutscher Reisemonitor 2008



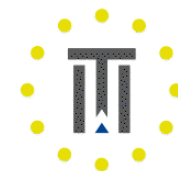


Die Anteile zwischen Urlaubs- und Geschäftsreise-übernachtungen in den Bundesländern bewegen sich zwischen 41% in NRW und 8,4% in Schleswig-Holstein

Anteile in %



Quelle: DZT/IPK, Deutscher Reisemonitor 2008



Veranstaltungsmarkt 2008 – Kontinuität auf hohem Niveau

ANGEBOTSSITUATION

Tagungs- und Veranstaltungsstätten
insgesamt¹ **6.330**

Kongress- und Veranstaltungs-
zentren (VC) 1.530
Tagungshotels (TH) 3.120
Eventlocations (EL)² 1.680

NACHFRAGESITUATION

Veranstaltungen **2,76 Mio.**

Durchschnittsdauer 1,7 Tage

Teilnehmer insgesamt **318 Mio.**

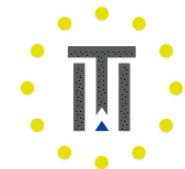
davon aus dem Ausland 5,5 %

¹ Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

² Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Lokschuppen, Studio, Freizeitpark, Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2009

Meeting- & EventBarometer 2009
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT



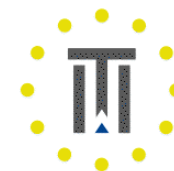
Geringe Zuwächse bei den Anbietern in 2008

ANGEBOTSITUATION

Tagungs- und Veranstaltungsstätten insgesamt¹	6.330	→ + 2 %
Kongress- und Veran- staltungszentren (VC)	1.530	→ + 2,1 %
Tagungshotels (TH)	3.120	→ + 0,9 %
Eventlocations (EL) ²	1.680	→ + 4,3 %

¹ Betriebe mit mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

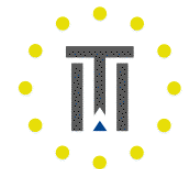
² Burg/Schloss, Kloster, Museum, Fabrikhalle/Lokschuppen, Studio, Freizeitpark,
Zoo, Bildungseinrichtung/Hochschule, Flughafen



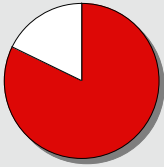
Nachfrage 2008 weitgehend stabil

NACHFRAGESITUATION

Veranstaltungen	2,76 Mio.	→ - 0,6 %
Durchschnittsdauer	1,7 Tage	→ + 0,3 Tage
Teilnehmer insgesamt	318 Mio.	→ + 1 %
davon aus dem Ausland	5,5 %	→ + 0,2 %



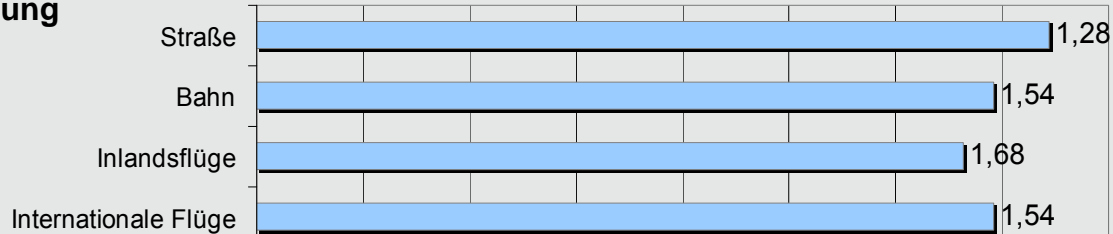
Experten sind sich 2009 einig:

	Anteil 2009	Statement
	82,3%	Deutschlands Image als Tagungs- und Veranstaltungsdestination wird immer besser.

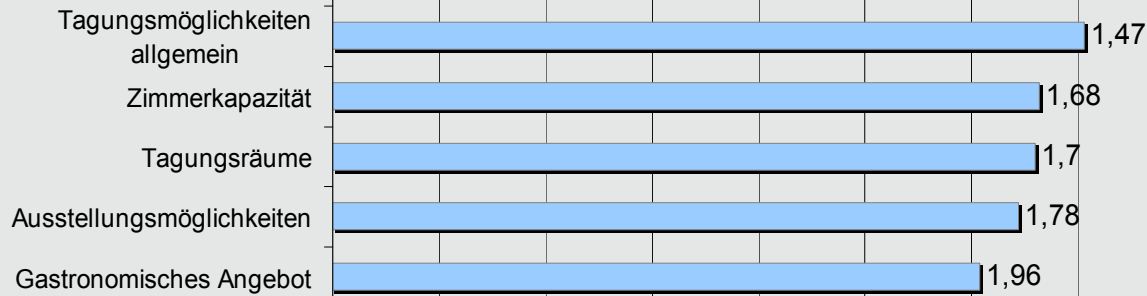
Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Bitte sagen Sie uns Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen (richtig/falsch)

Top-Bewertungen der Experten für Infrastruktur und Qualität in Deutschland

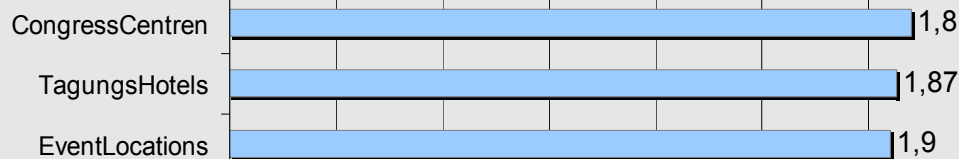
Verkehrsanbindung



Veranstaltungs-Infrastruktur



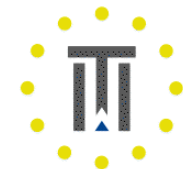
Veranstaltungsstätten-Qualität



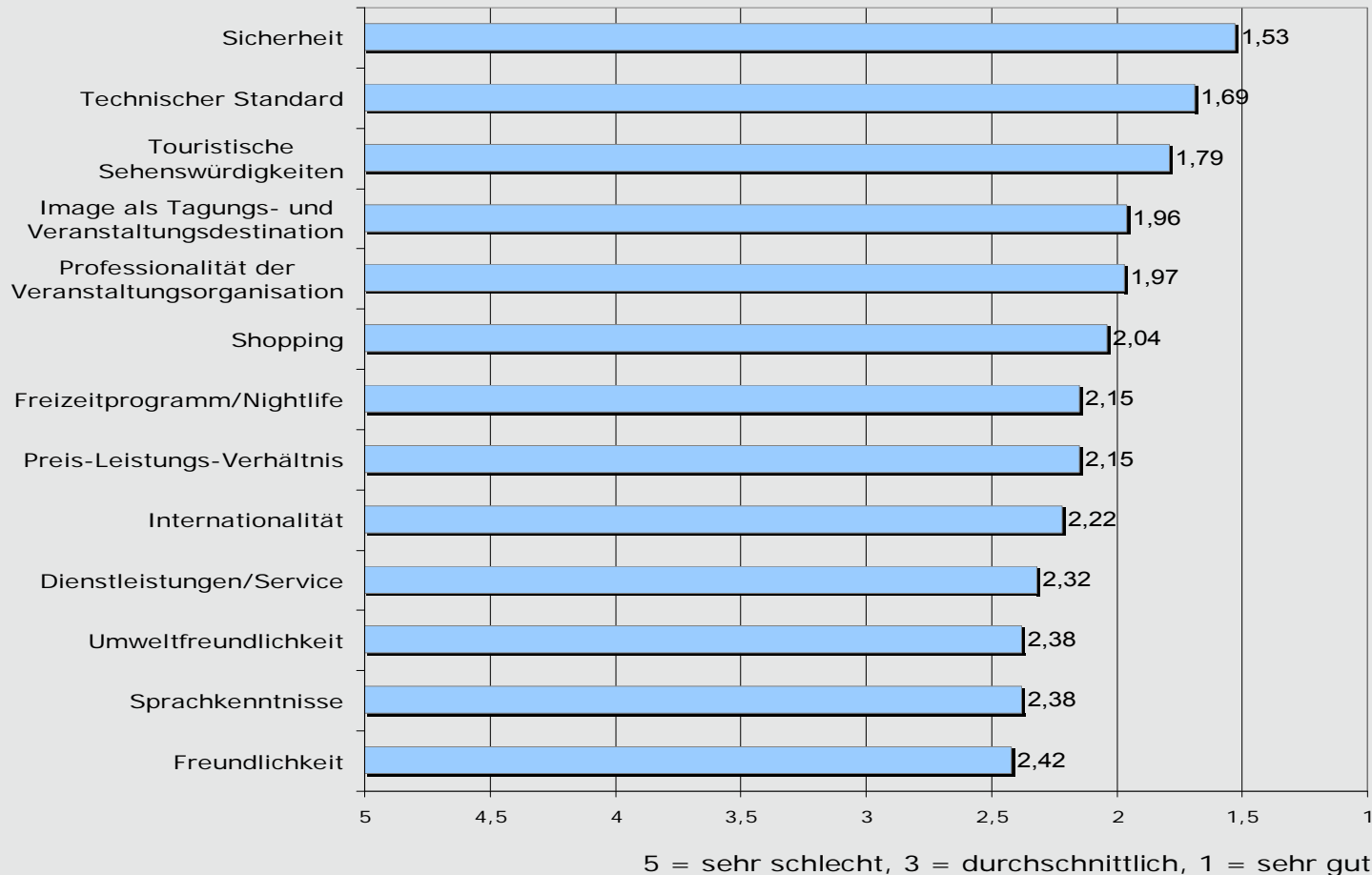
5 4,5 4 3,5 3 2,5 2 1,5 1

5 = sehr schlecht, 3 = durchschnittlich, 1 = sehr gut

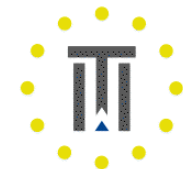
Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Profil des Tagungs- und Veranstaltungslandes Deutschland
Wie würden Sie folgende Aspekte für das Tagungs- und Veranstaltungsland Deutschland bewerten?



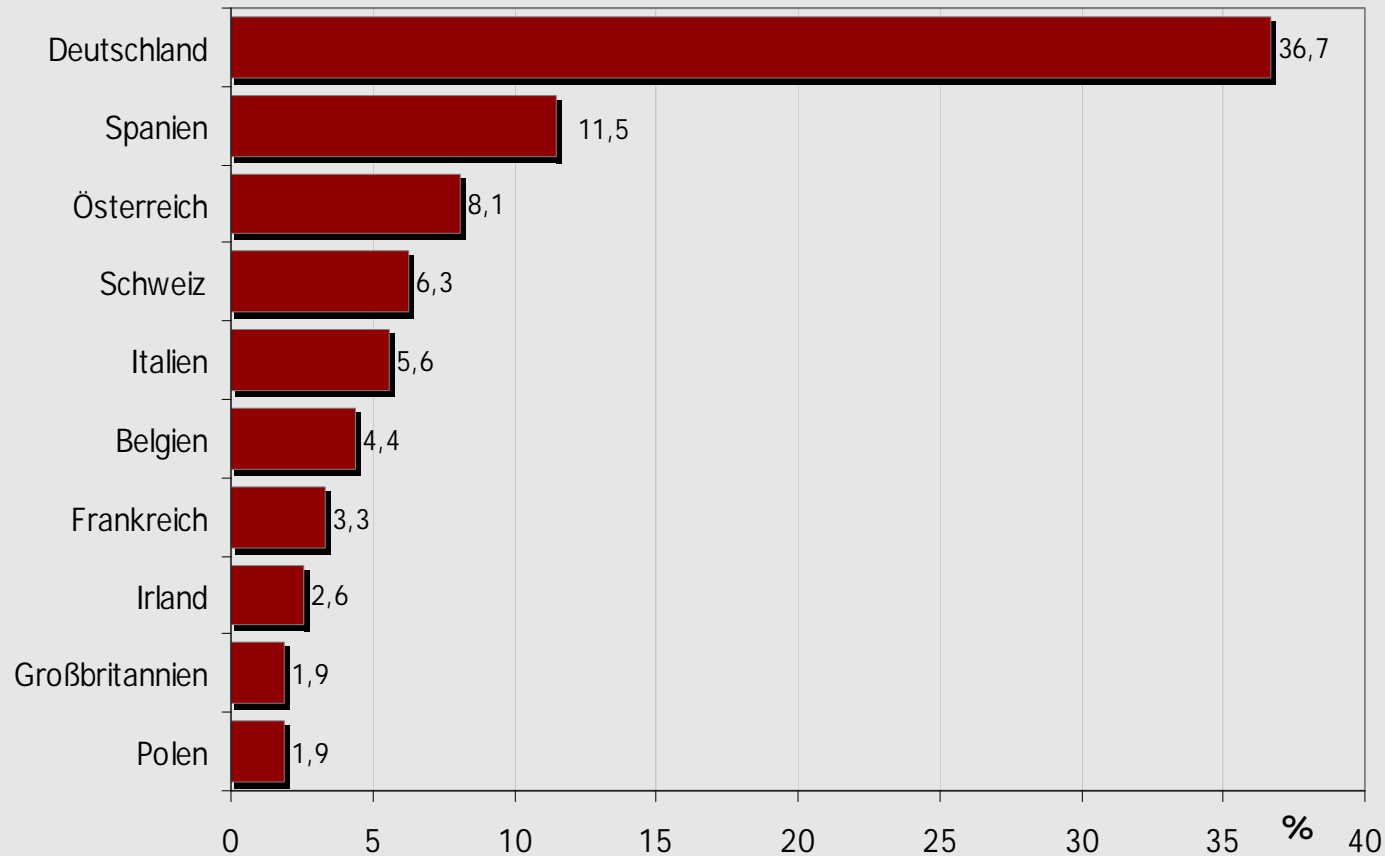
Deutschland steht für Sicherheit, hohen Standard und touristische Attraktivität



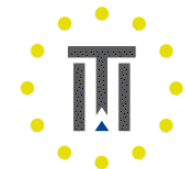
Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Profil des Tagungs- und Veranstaltunglandes Deutschland
Wie würden Sie folgende Aspekte für das Tagungs- und Veranstaltungland Deutschland bewerten?



Deutschland bei Beliebtheit auf Platz 1 mit deutlichem Abstand im europäischen Vergleich



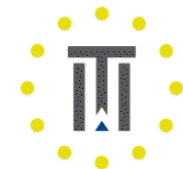
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Bevorzugte TagungsDestinationen in Europa



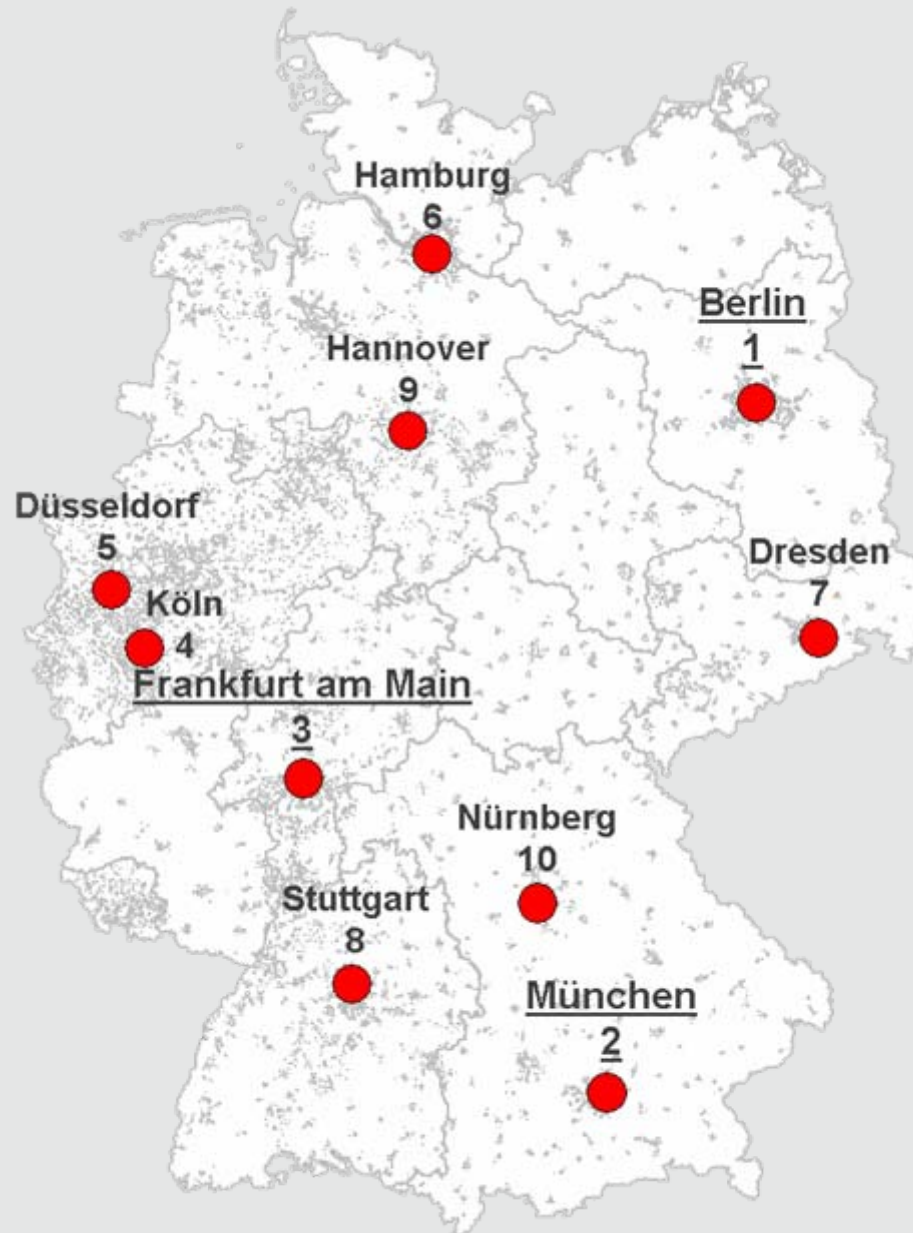
Ranking der Flächen-Bundesländer: Top 5 unverändert an der Spitze

	Platz 2008	Platz 2009
Bayern	1	1
NRW	2	2
Hessen	3	3
Baden-Württemberg	4	4
Rheinland-Pfalz	5	5
Niedersachsen	8	6
Sachsen	6	7
Thüringen	10	8
Brandenburg	7	9
Schleswig-Holstein	13	10
Meckl.-Vorpommern	9	11
Saarland	11	12
Sachsen-Anhalt	12	13

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Bevorzugte Veranstaltungs-Bundesländer Deutschland

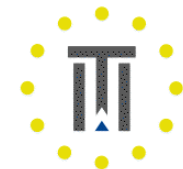


Berlin, München, Frankfurt/Main beliebteste Großstädte 2009 in Deutschland



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Bevorzugte Tagungsstädte

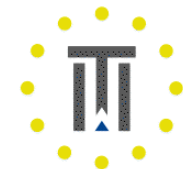
Meeting- & EventBarometer 2009
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT



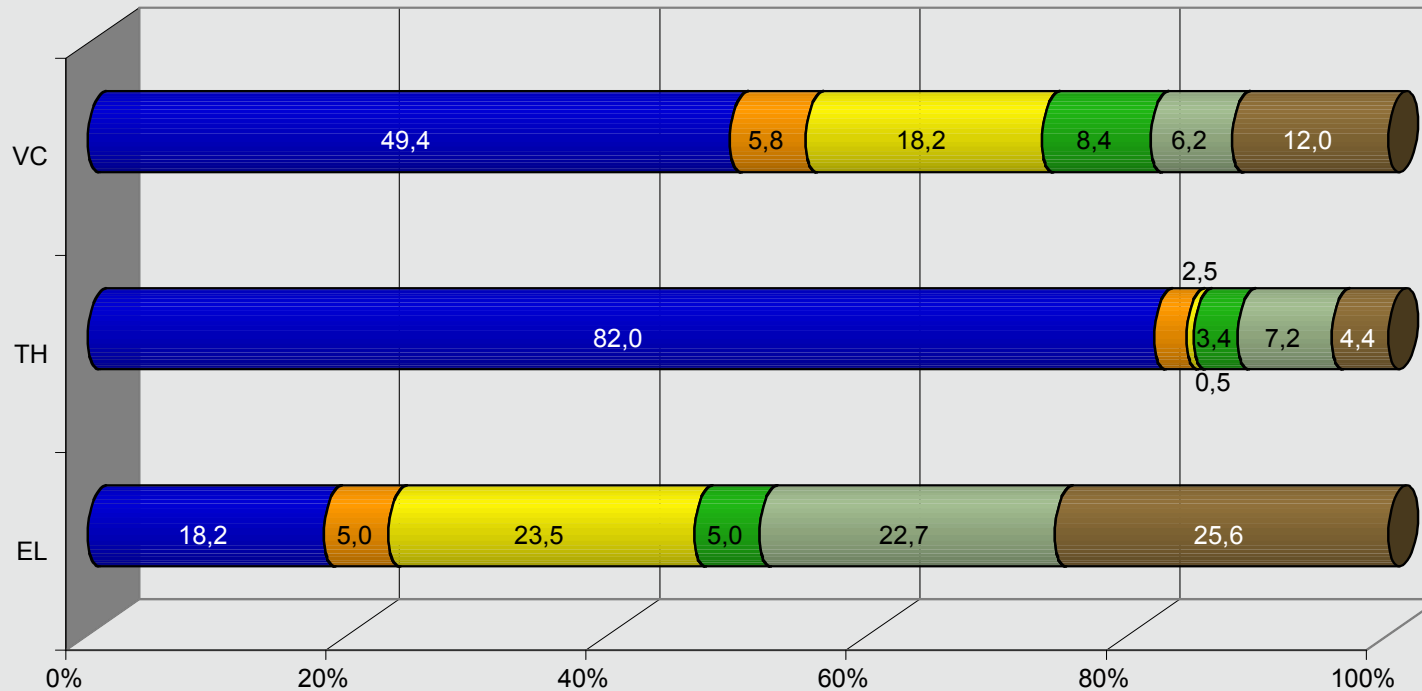
Gewinner bei den Regionen: Schwarzwald erstmals auf Platz 1

	Küsten-Regionen und Norddeutsches Tiefland	Mittelgebirgs- Regionen	Alpen- und Voralpenregionen
1	Ostsee/ Ostseeküste	Schwarzwald	Bodensee-Region
2	Nordsee/ Nordseeküste	Bayerischer Wald	Oberbayern
3	Mecklenburgische Seenplatte	Rheingau	Allgäu
4	Lüneburger Heide und Sylt	Franken	Zugspitzregion
5		Sauerland/ Siegerland	Berchtesgadener Land

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Bevorzugte Veranstaltungsregionen Deutschlands

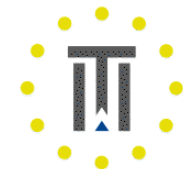


Meetingmacher bevorzugen Tagungshotels und Veranstaltungszentren

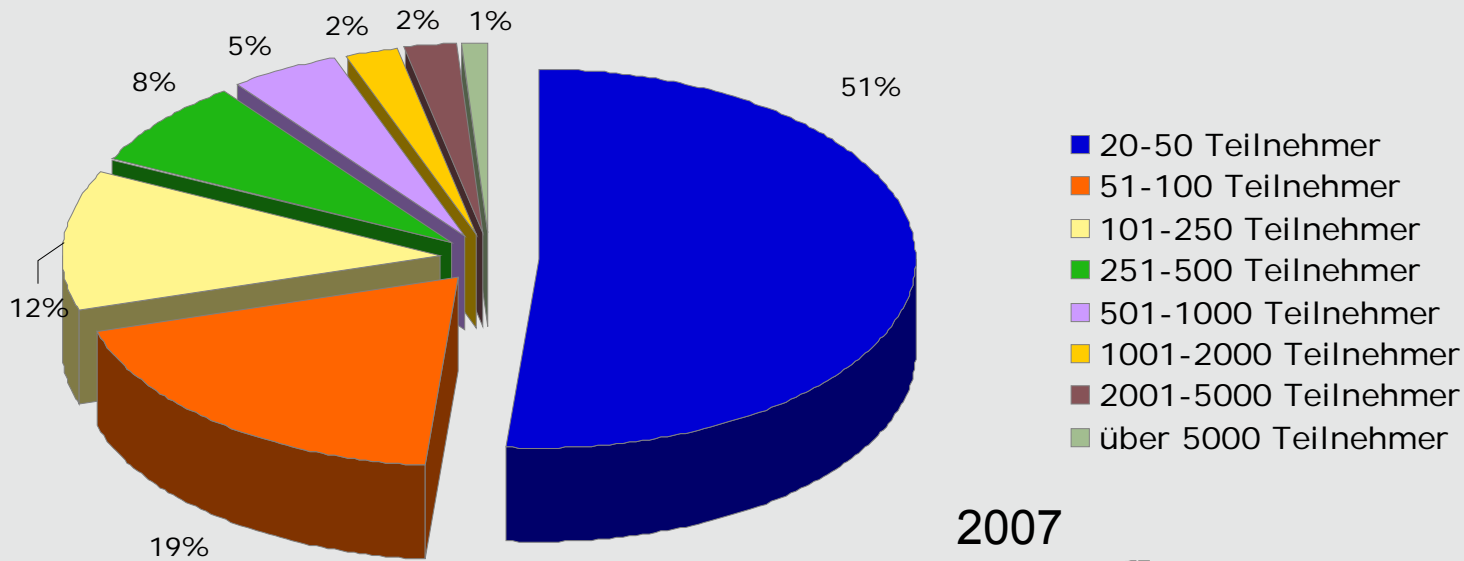


- Seminare, Tagungen, Kongresse
- Ausstellungen, Präsentationen
- Sport- und Kulturrevents
- lokale Veranstaltungen
- Festivitäten (Bankette, Jubiläen)
- Sonstige

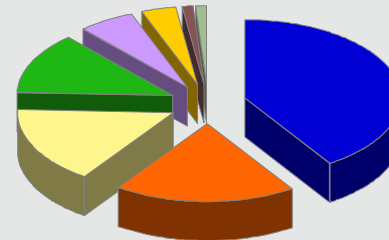
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2009: Aufteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungs-Art



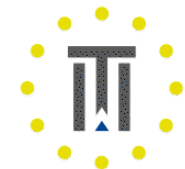
Kleine Meetings und große Kongresse legen 2008 zu



2007



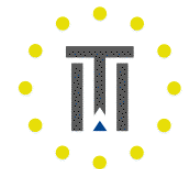
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2009: Größenklassen der Tagungen



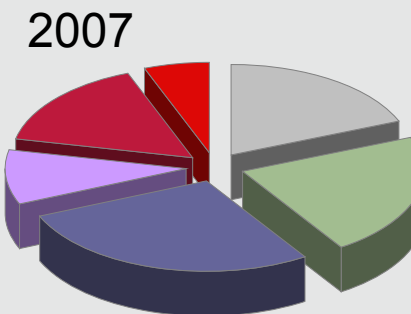
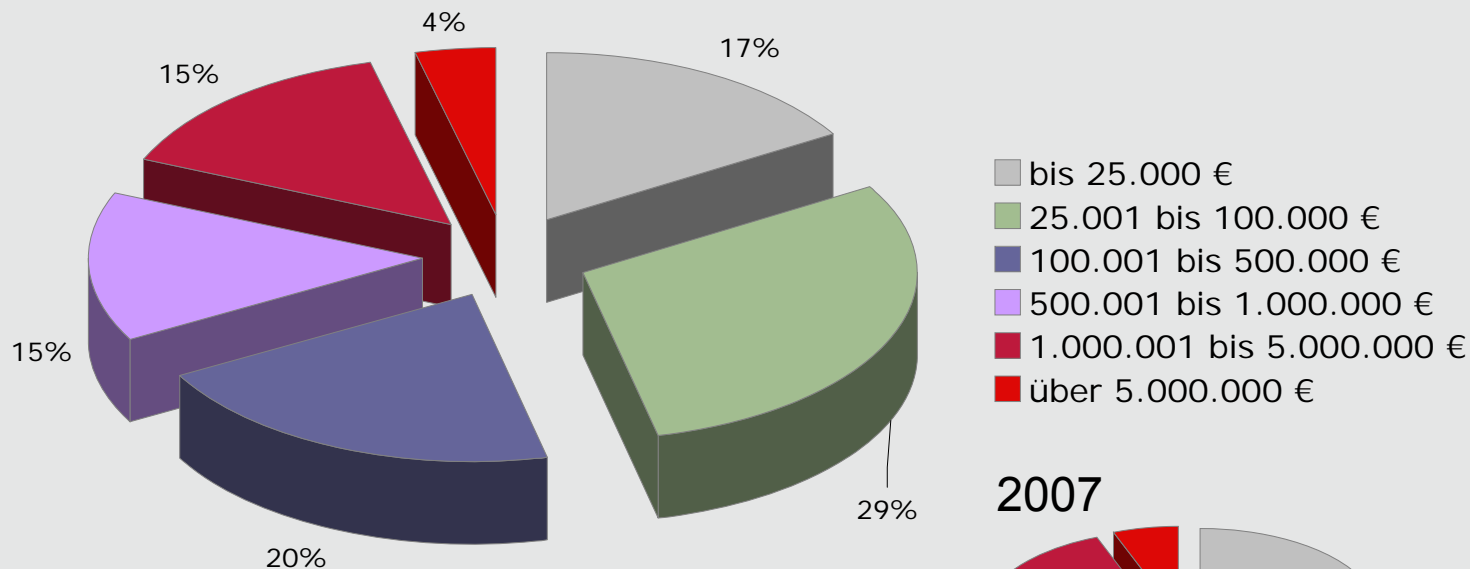
Klare Aussage der Experten zu den Budgets 2009

	Anteil 2009	Diff. 08-09	Statement
	8,9%	(-42,6)	Die Budgets der Unternehmen (Veranstalter) für das MICE-Segment (Meetings, Incentives, Conventions, Events) werden zunehmen.

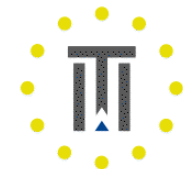
Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Bitte sagen Sie uns Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen (richtig/falsch)



Anteil der kleineren Budgets der Veranstalter (25.000-100.000 €) nimmt zu



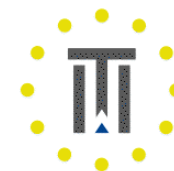
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Wie hoch war Ihr Gesamtbudget für Tagungen und Veranstaltungen im Jahr 2008?



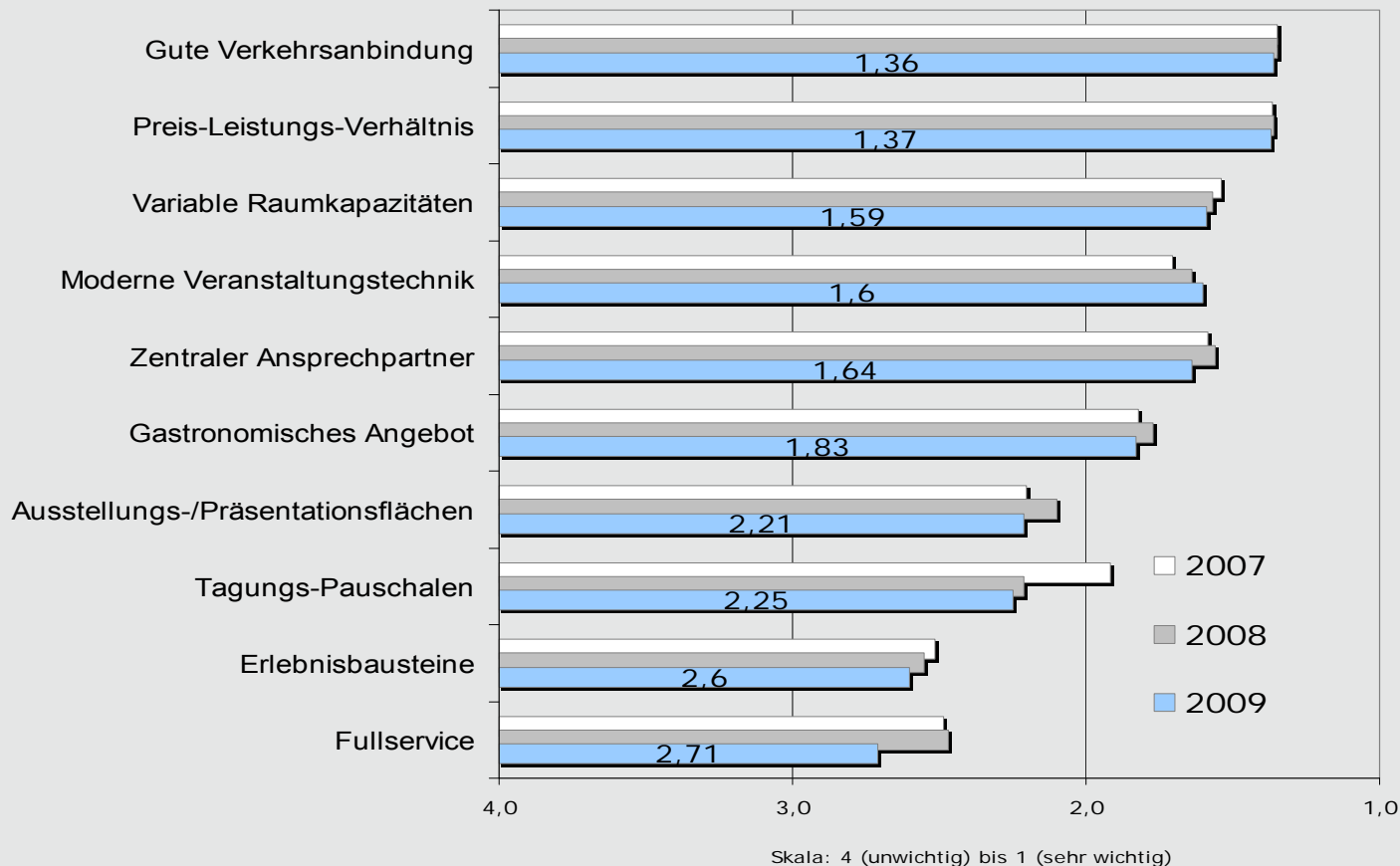
Akquise und Tagungswebseite für Veranstalter und Anbieter am wichtigsten

	Ranking Veranstalter	Ranking Anbieter
Persönliche Akquisition	1	2
Eigene Tagungs-Webseite	2	1
Entscheider-Einladungen	3	6
Fachmessen-Besuche	4	8
Printmedien	5	4
Anzeigen in Fachzeitschriften	6	9
Listung in Internet-Portalen	7	3
Mailing-Aktionen	8	5
Kooperationsmarketing	9	7

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Welche Wichtigkeit haben die folgenden Informationsquellen für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte bzw. eines Veranstaltungsortes?



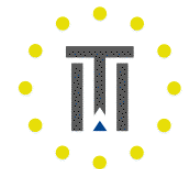
Konstante Kriterien bei der Veranstaltungsstätten-Wahl



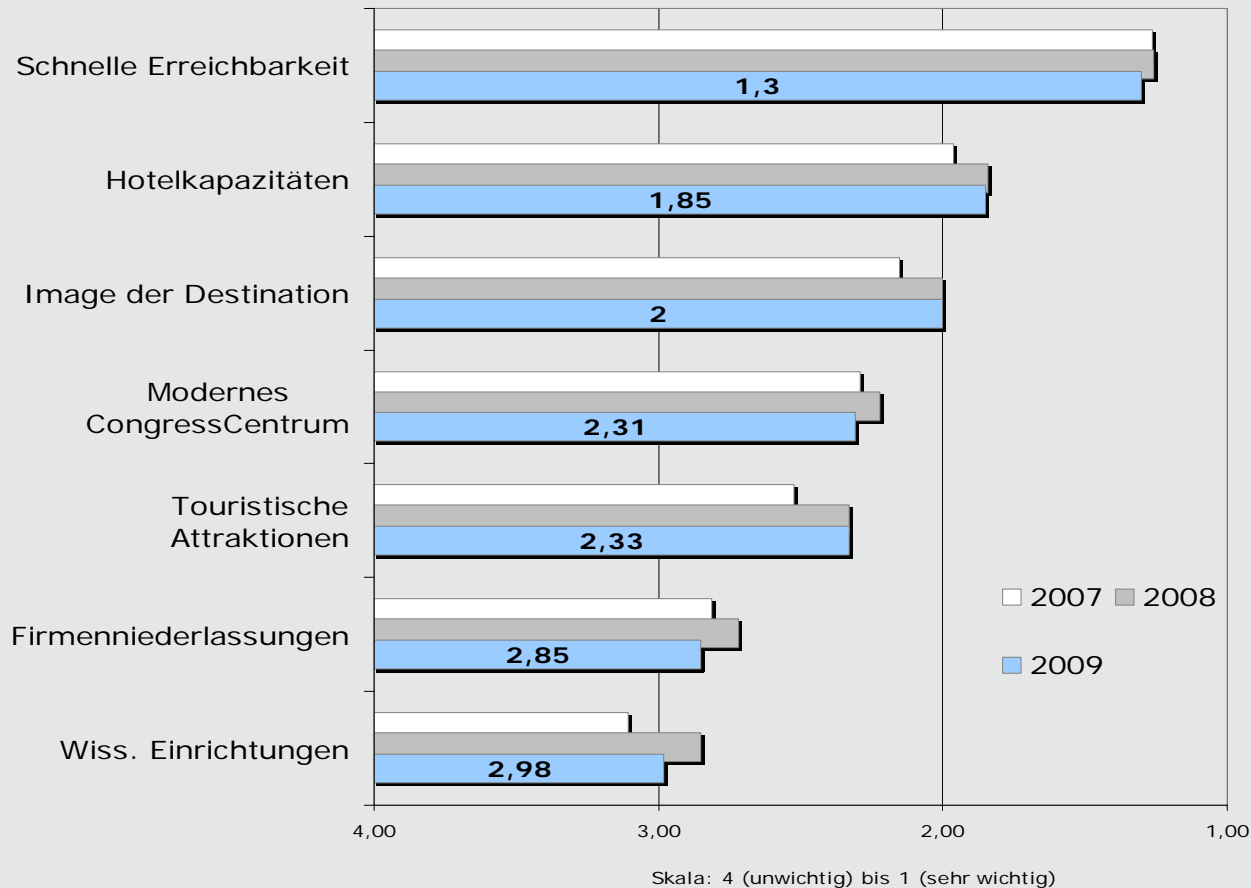
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Welche Wichtigkeit haben die folgenden Kriterien für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte?

Meeting- & EventBarometer 2009

© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT



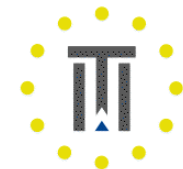
... sowie bei der Auswahl der Veranstaltungs-Destination



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Welche Wichtigkeit haben die folgenden Kriterien für Sie bei der Auswahl eines Veranstaltungsortes?

Meeting- & EventBarometer 2009

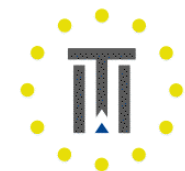
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT



Experten gespalten beim Thema Green Meetings

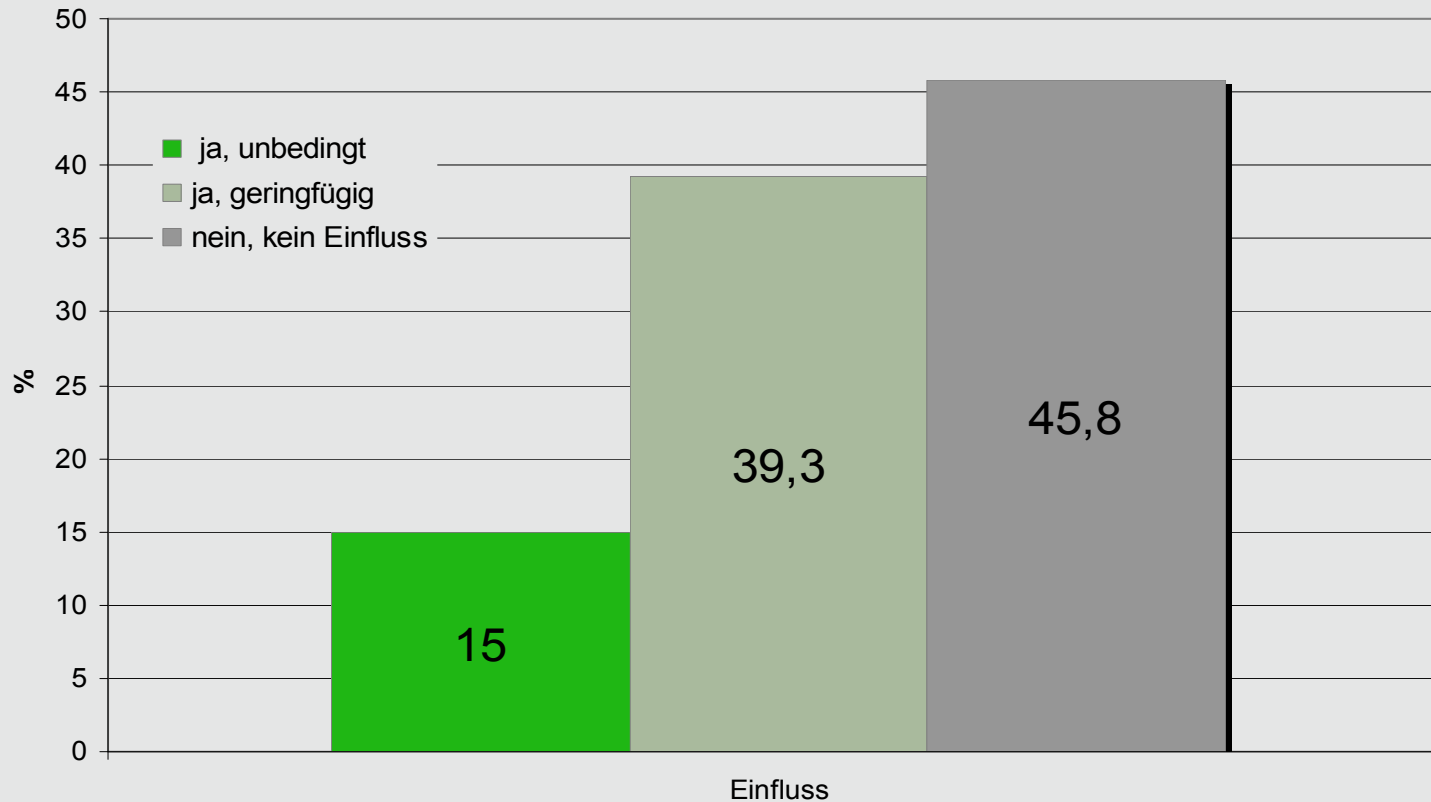
	Anteil 2009	Expertenmeinung
	55%	Die Themen Klimaschutz und Green Meetings in Deutschland haben eine zunehmende Bedeutung
	15%	„Green Meetings“ hat eine hohe Wichtigkeit als Imagefaktor und USP Deutschlands
	24%	Das Thema ist überbewertet bzw. in Deutschland bisher noch nicht angekommen

Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Bitte beenden Sie folgendes Statement: Das Thema Green Meetings in Deutschland...
(ungestützte Abfrage, Mehrfachnennung und Nicht-Angaben sind daher möglich)

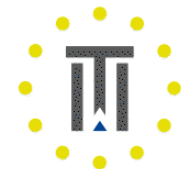




Bei 15% der Veranstalter beeinflusst das Thema Klimaschutz die Veranstaltungsstätten-Wahl unbedingt

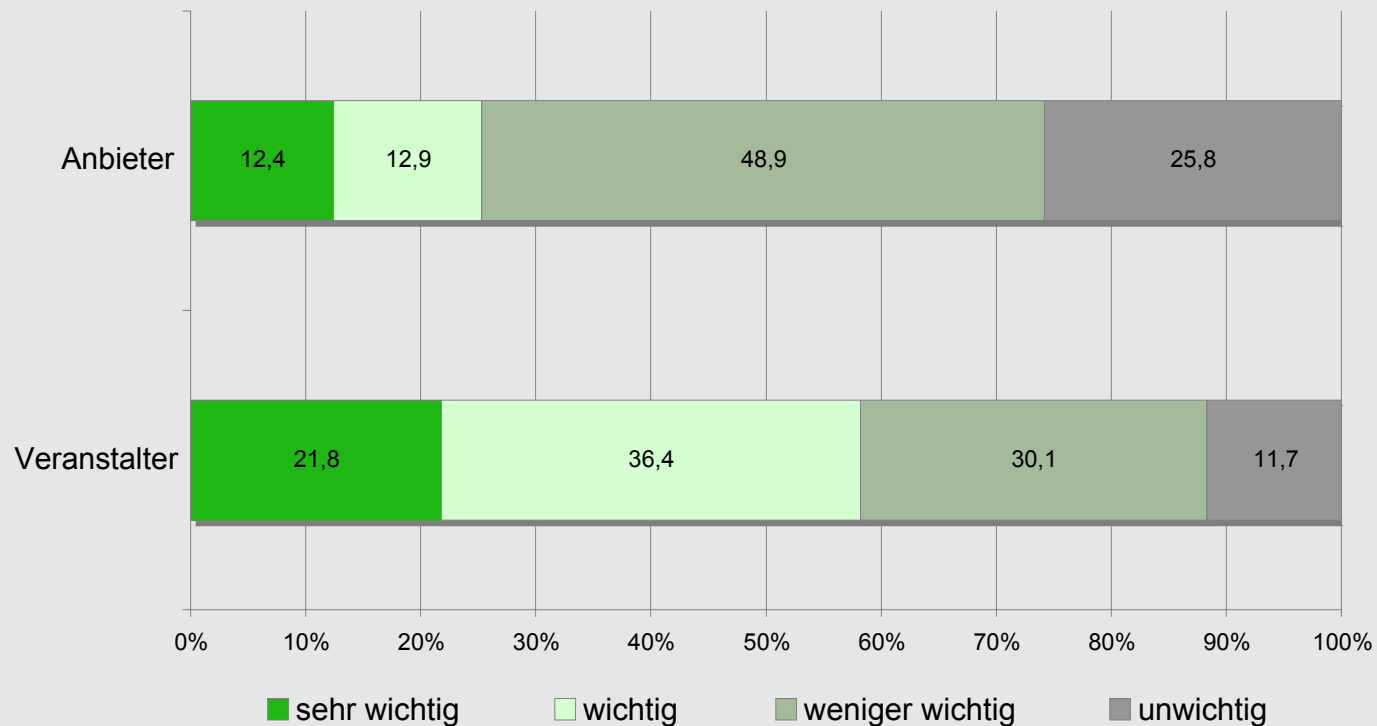


Basis: EITW, Veranstalter, Veranstalterbefragung 2009: Beeinflusst das Thema Klimaschutz Ihre Veranstaltungsplanung bzw. Veranstaltungsstättenwahl?

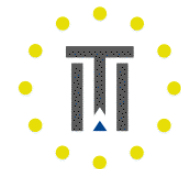




Unterschiedliche Gewichtung der Klimaschutzziele bei Anbietern und Veranstaltern

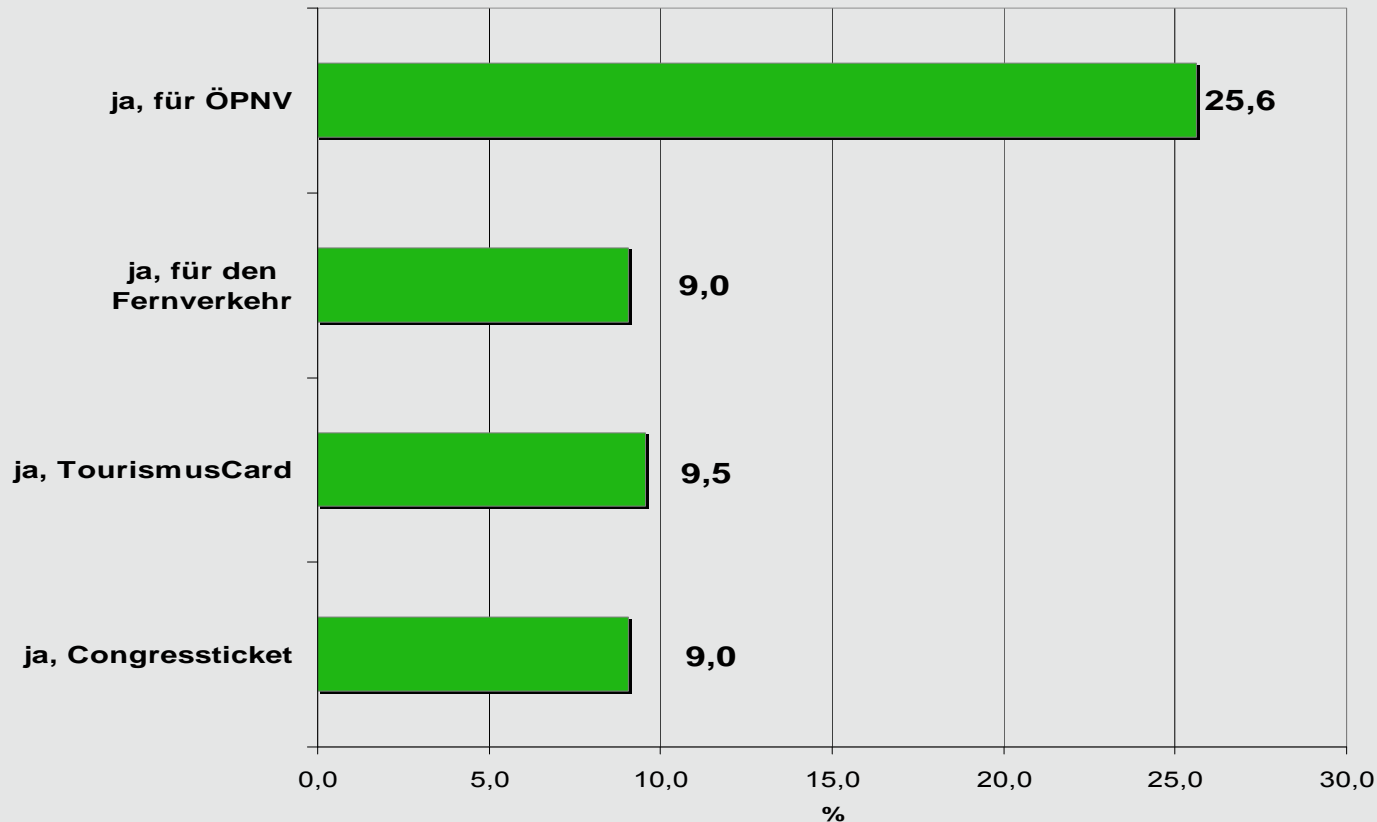


Basis: EITW, Veranstalter-, Anbieterbefragung 2009: Wie wichtig sind die Klimaschutz-Ziele der Bundesregierung bzw. der EU in Ihrem Hause?

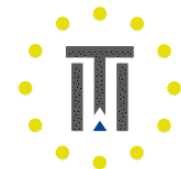




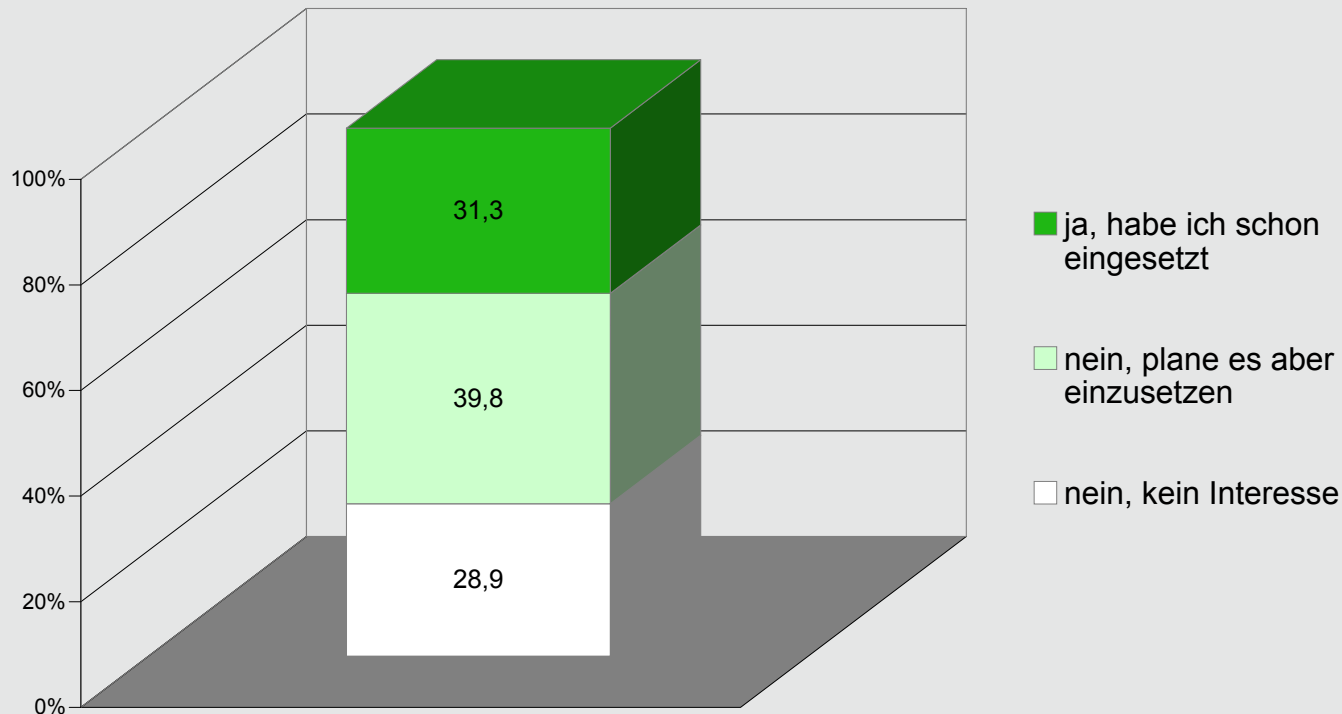
Was machen die Anbieter? Mehr als ein Drittel der Anbieter (38 %) inkludiert Verkehrsmittelnutzung ins Angebot



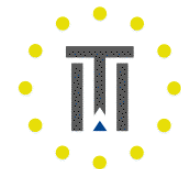
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2009: Inkludieren Sie eine Verkehrsmittelnutzung in Ihre Veranstaltungsangebote? (Mehrfachauswahl möglich)



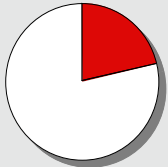

Fast ein Drittel der Veranstalter, die das Veranstaltungsticket der DB kennen, setzen es auch ein



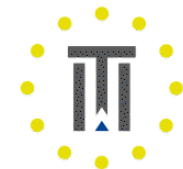
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2009: Kennen Sie das Veranstaltungsticket der Deutschen Bahn? - falls ja: Setzen Sie das Veranstaltungsticket ein?



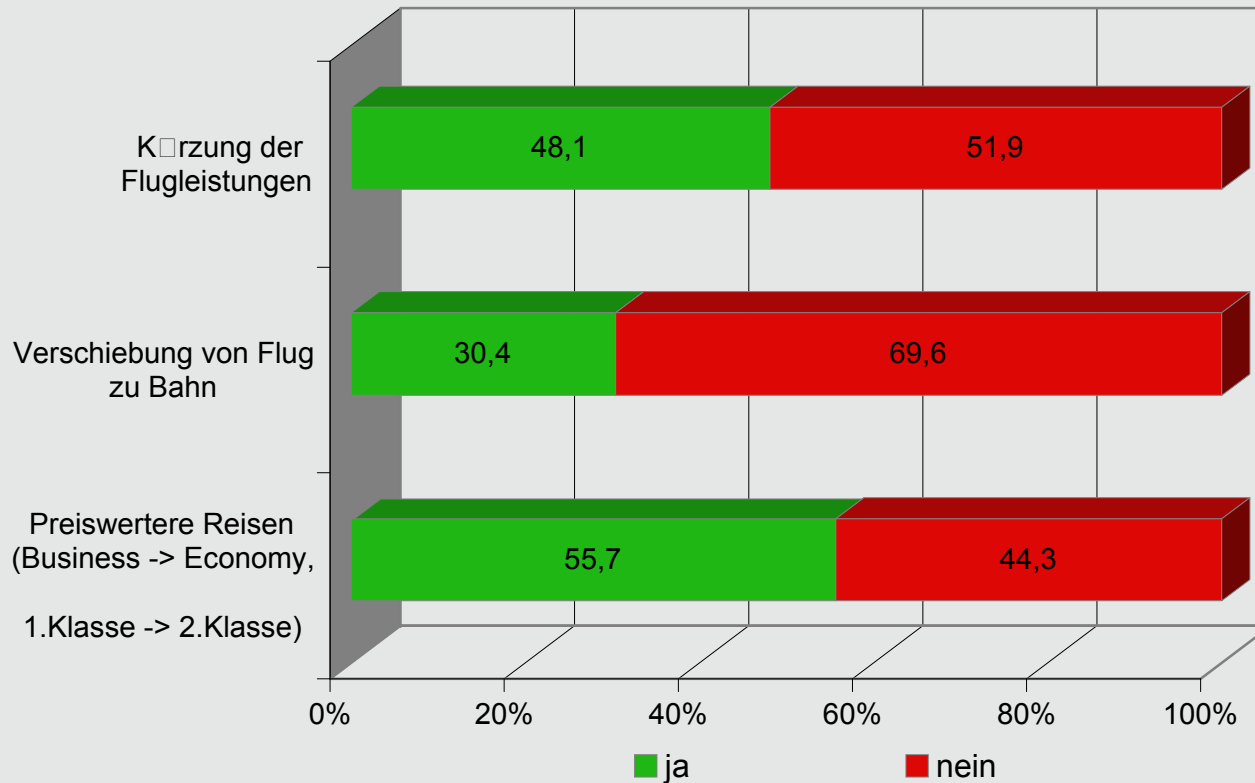
Die Wirtschaftskrise verändert die Prognose der Experten für 2009 deutlich

	Anteil 2009	Diff. 08-09	Statement
	21,5%	(-56,4)	Die Zahl der Tagungen und Veranstaltungen von Unternehmen in externen Veranstaltungsstätten (CongressCentren, EventLocations, TagungsHotels) wird zunehmen.
	35,4%	(08 nicht abgefragt)	Mein Unternehmen/meine Organisation hat Systeme zur virtuellen Kommunikation (z.B. Videokonferenz-Systeme) eingeführt und nutzt diese regelmäßig.

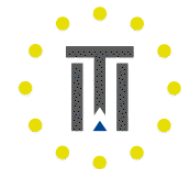
Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Bitte sagen Sie uns Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen (richtig/falsch)



Finanzkrise: Bei rund der Hälfte der befragten Unternehmen hat die Krise Auswirkung auf Transportleistungen

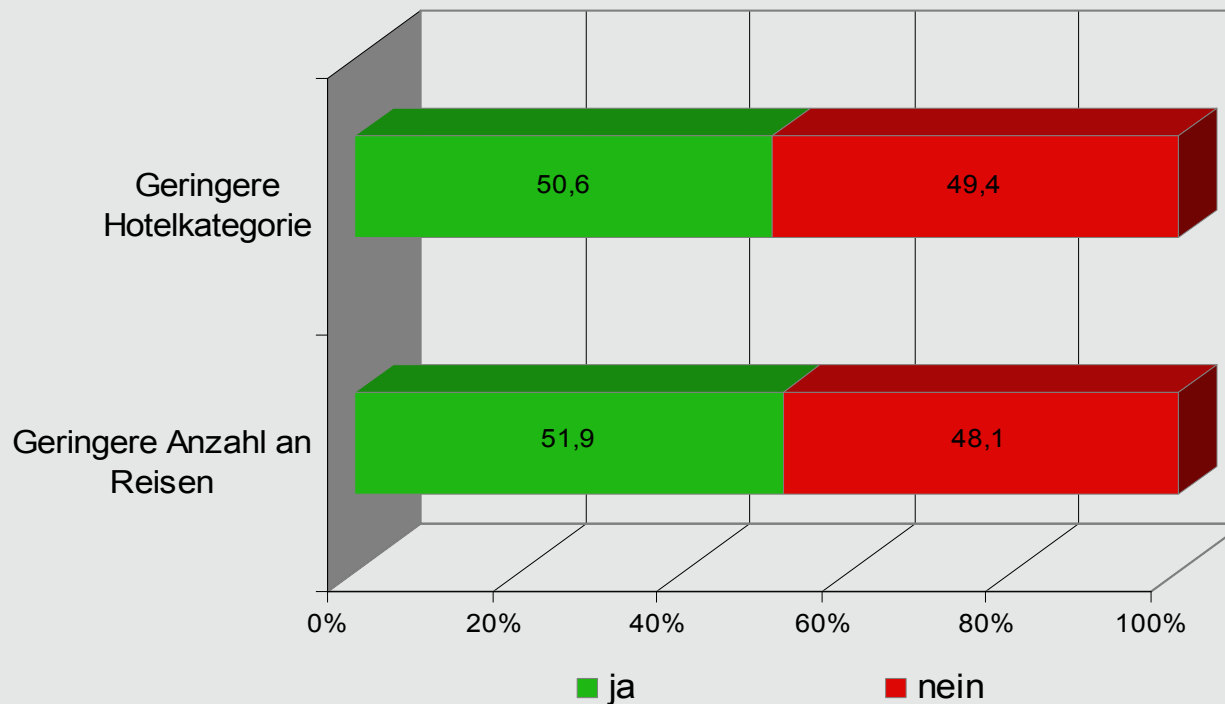


Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf das Travelmanagement Ihres Unternehmens?

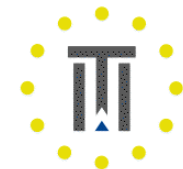




– wie auch auf Hotelwahl und Zahl der Reisen

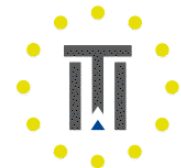


Basis: EITW, Expertenbefragung 2009: Welche Auswirkungen hat die Finanzkrise auf das Travelmanagement Ihres Unternehmens?



Fazit: Kundennähe und Nachhaltigkeit helfen Finanzkrise zu überwinden

Trotz einiger erwarteter **negativer Auswirkungen** auf den MICE-Markt (Rückgang bei Veranstaltungen, besonders bei Incentives und Events) werden auch **positive Effekte** wie Marktberreinigung, Ansteigen der Wichtigkeit von Qualität, Nachhaltigkeit, CSR, Effektivität sowie Kundennähe eintreten.



Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt
Tel: +49(0)69-97464-0
Fax: +49(0)69-97464-233
Internet:
<http://www.deutschland-tourismus.de>
E-Mail: info@d-z-t.com

**Europäischer Verband der
Veranstaltungs-Centren e.V.**
Ludwigstraße 3
61348 Bad Homburg v.d.H.
Tel: +49(0)6172-2796900
Fax: +49(0)6172-2796909
Internet: <http://www.evvc.org>
E-Mail: info@evvc.org

German Convention Bureau e. V.
Münchener Straße 48
60329 Frankfurt
Tel: +49(0)69-242930-0
Fax: +49(0)69-242930-26
Internet: <http://www.gcb.de>
E-Mail: info@gcb.de

**Europäisches Institut für
TagungsWirtschaft GmbH**
an der Hochschule Harz
Friedrichstraße 57-59
38855 Wernigerode
Tel: +49(0)3943-659-268
Fax: +49(0)3043-659-299
Internet: <http://www.eitw.de>
E-Mail: info@eitw.de

