

# Kongress- und Veranstaltungsgeschäftsreisen mit Übernachtung 2006

- aus dem deutschen Quellmarkt



Ein Studie der TNS Infratest Verkehrsforschung  
im Auftrag der DZT – Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.  
und des GCB – German Convention Bureau



**GCB German Convention Bureau e.V.**

Münchener Straße 48  
60329 Frankfurt am Main

Tel: +49 69 24 29 30 – 0  
Fax: +49 69 24 29 30 – 26  
[www.gcb.de](http://www.gcb.de)

**Ihre Ansprechpartnerin:**

Anke Pruust

[pruust@gcb.de](mailto:pruust@gcb.de)



TNS Infratest GmbH  
Landsberger Straße 338  
80687 München

Tel: +49 89 5600-1449  
Fax: +49 89 5600-1227  
[www.tns-infratest.com](http://www.tns-infratest.com)

**Ihre Ansprechpartner:**

Andreas Sauer  
Rainer Schubert

[andreas.sauer@tns-infratest.com](mailto:andreas.sauer@tns-infratest.com)  
[rainer.schubert@tns-infratest.com](mailto:rainer.schubert@tns-infratest.com)

**München, Mai 2007**

## 1. Zusammenfassung der Ergebnisse

- Im Jahr 2006 wurden von der deutschen Wohnbevölkerung insgesamt 34 Mio. Geschäftsreisen mit Übernachtung zum Besuch eines Kongresses, einer Tagung, Konferenz, Weiterbildungs- oder Eventveranstaltung unternommen.
- Davon gingen 30 Mio. Reisen zu einem Ziel im Inland, also fast 90%. Nur etwas mehr als jede zehnte dieser Übernachtungsgeschäftsreisen hatte ein Ziel im Ausland.
- Der Besuch von Weiterbildungsveranstaltungen ist mit 47% der häufigste Anlass innerhalb dieser Reisekategorie, gefolgt von Tagungen, Konferenzen und Kongressen mit 39%.
- Die Hauptgründe für die Teilnahme an den Veranstaltungen sind der Informationsbedarf, der Erfahrungsaustausch, sich weiterzubilden, Fachdiskussionen zu führen und sich mit Kollegen auszutauschen.
- Die Anreise erfolgte meist (63%) mit dem Pkw. Seltener werden die Bahn (19%) und das Flugzeug (14%) für die Anreise genutzt.
- Insgesamt überwiegen die kleinen Veranstaltungen. Gut 2/3 hatten weniger als 50 Teilnehmer.
- Deutschland ist im deutschen Quellmarkt das beliebteste Land für Kongresse/Veranstaltungen. Mit einigem Abstand folgen die europäischen Nachbarn Schweiz, Frankreich und Österreich.

## 2. Vorbemerkung

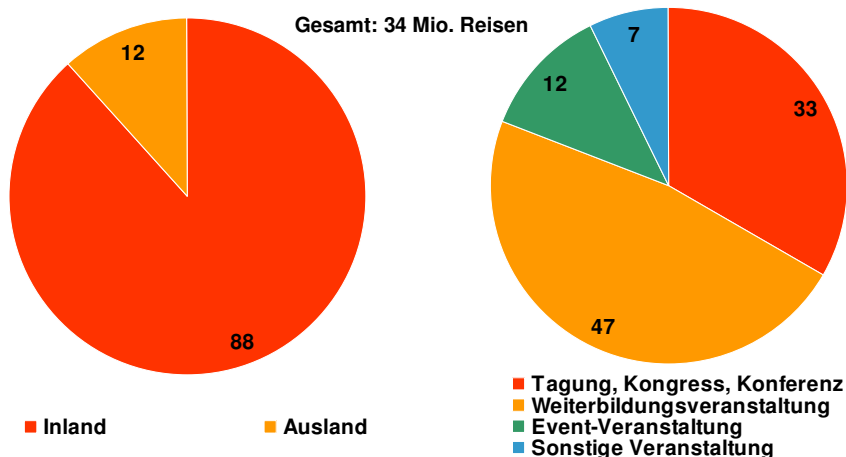
Die Zielsetzung der vorliegende Grundlagenstudie ist eine umfassende Untersuchung des deutschen Markts für Übernachtungsgeschäftsreisen zum Besuch von Kongressen, Tagungen, Konferenzen sowie Weiterbildungs- und Eventveranstaltungen (im folgenden Kongress- und Veranstaltungsreisen genannt). Die Studie liefert repräsentative Ergebnisse zu den im Jahr 2006 von der deutschen Wohnbevölkerung durchgeführten Kongress- und Veranstaltungsreisen mit Übernachtung. Dabei wurde zum einen die Anzahl und die Struktur der Übernachtungsgeschäftsreisen ermittelt. Außerdem wurden eine Reihe von zusätzlichen Fragestellungen rund um diesen Reisetypus untersucht, wie z.B. Fragestellungen zu Reisemotivation oder Freizeitverhalten auf Geschäftsreisen.

Die Untersuchung wurde von TNS Infratest im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) und des German Convention Bureau (GCB) durchgeführt.

### 3. Anzahl und Struktur der Geschäftsreisen

Im Jahr 2006 wurden von der deutschen Wohnbevölkerung insgesamt **34 Mio. Geschäftsreisen mit Übernachtung zum Besuch eines Kongresses, einer Tagung, Konferenz, Weiterbildungs- oder Eventveranstaltung** unternommen. Davon gingen 30 Mio. Reisen zu einem Ziel im Inland; dies entspricht einem Anteil von fast 90%. Nur etwas mehr als jede zehnte dieser Übernachtungsgeschäftsreisen hatte ein Ziel im Ausland.

Fast die Hälfte der Kongress- und Veranstaltungsreisen wurde zum Besuch einer Weiterbildungsveranstaltung unternommen



Frage: Was war das Ziel Ihrer Reise? Was für eine Veranstaltung haben Sie genau besucht?  
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen n=2.753; Angaben in %

Betrachtet man dieses Segment genauer, so zeigt sich dass fast die Hälfte der Kongress- und Veranstaltungsreisen mit Übernachtung Weiterbildungsveranstaltungen waren. Mit einem Anteil von einem Drittel ist der Besuch von Tagungen, Konferenzen und Kongressen der zweithäufigste Anlass für die Durchführung einer solchen Geschäftsreise. Auf Eventveranstaltungen entfallen 12% aller Kongress- und Veranstaltungsreisen. Bei den Auslandsreisen steigt der Anteil dieser Reisen sogar auf über 20%.

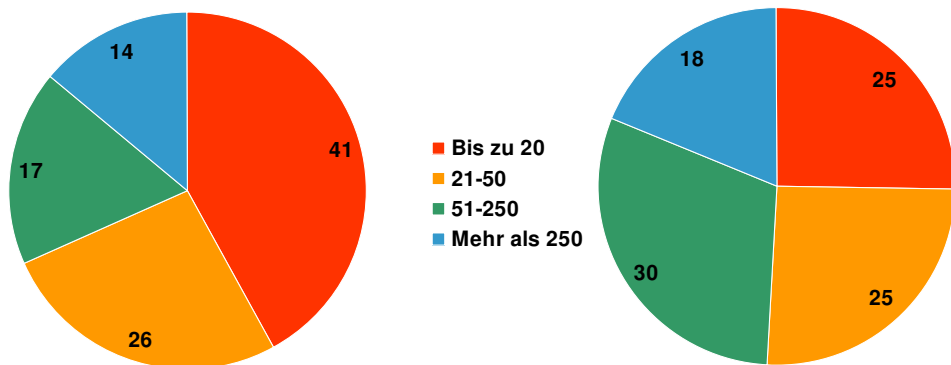
Zusätzlich zu den genannten Zahlen war ca. jeder vierte Besuch einer Messe oder Ausstellung mit Übernachtung mit einem Besuch eines Kongress/einer Tagung verbunden. Dies entspricht etwa 2,5 Millionen weiteren Kongress/Veranstaltungsreisen.

Wirft man einen Blick auf die **Teilnehmerzahl der Veranstaltungen**, so fällt die Dominanz der kleineren Veranstaltungen (bis 20 Teilnehmer) mit einem Anteil von mehr als 40% auf. Dies liegt vor allem an den Weiterbildungsveranstaltungen, bei denen fast 2/3 aller Reisen in dieses Größensegment fallen. Mit 14% sind die Veranstaltungen mit mehr als 250 Teilnehmern das insgesamt kleinste Segment.

### Insgesamt überwiegen die kleineren Veranstaltungen mit bis zu 20 Teilnehmern

Alle Kongress-/Veranstaltungsreisen

Tagungen, Kongresse, Konferenzen



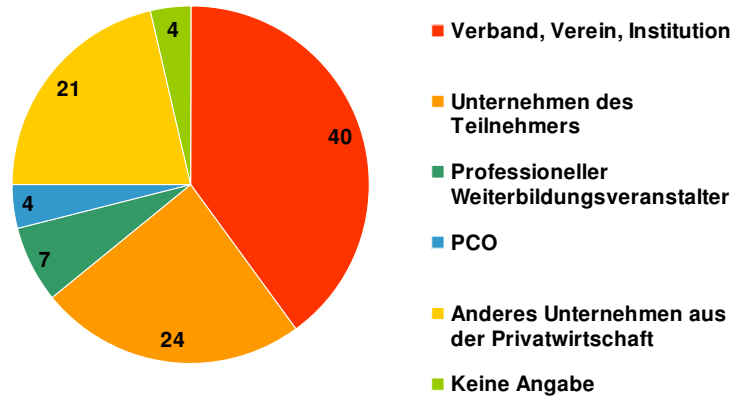
Frage: Wie viele Teilnehmer hatte diese Veranstaltung?

Basis: Alle Kongress-/Veranstaltungsreisen (n=2.753) bzw. alle Tagungs-, Kongress- und Konferenzreisen (n=1.027); Angaben in %

Bei den **Kongress, Tagungs- und Konferenzreisen** dagegen haben größere Veranstaltungen einen höheren Anteil. Etwa 25% dieser Veranstaltungen hatten bis zu 20 Teilnehmer. Das nächstgrößere Segment (20-50 Teilnehmer) umfasst ebenfalls 25%. Das größte Segment bilden mit einem Anteil von 30% Veranstaltungen von 51-250 Teilnehmern. Das teilnehmerstärkste Segment ist auch hier wiederum das kleinste (18%). Grenzt man die einzelnen Veranstaltungen anhand der Teilnehmerzahl voneinander ab, wonach Tagungen bis zu 50 Teilnehmer, Konferenzen 51-250 und Kongresse mehr als 250 Teilnehmer haben, kommt man auf 50% Tagungen, ca. 30% Konferenzen und knapp 20% Kongresse.

Etwas mehr als die Hälfte aller Kongress- und Veranstaltungsreisen gehen von der Privatwirtschaft aus, mit 24% am häufigsten vom Unternehmen des Befragten. Immerhin 4% der Veranstaltungen wurden von einem professionellen Kongress-Veranstalter (PCO) initiiert. 40% aller Kongress- und Veranstaltungsreisen wurden von Verbänden, Vereinen und Institutionen veranstaltet.

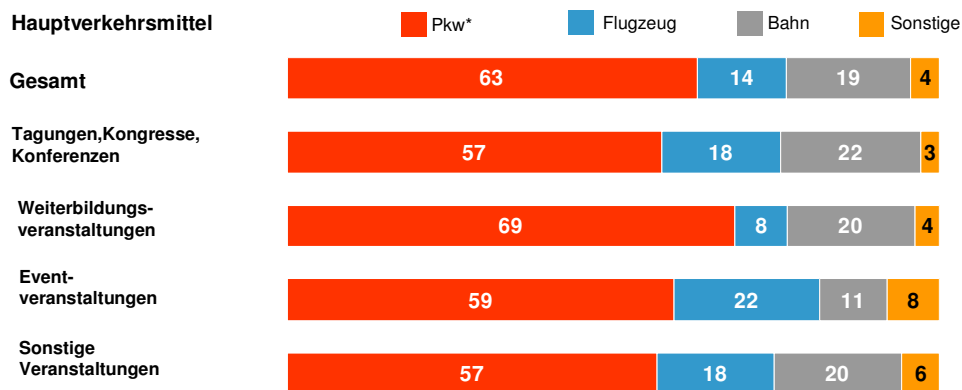
## Der Großteil der Veranstaltungen geht von der Privatwirtschaft aus



Frage: Wer war der Veranstalter, d.h. von wem ging die Veranstaltung aus?  
Basis: Alle Kongress-/Veranstaltungsreisen (n=2.753) ; Angaben in %

Bei den Kongress- und Veranstaltungsreisen mit Übernachtung dominiert eindeutig der Pkw als **Verkehrsmittel**: Fast zwei Drittel dieser Reisen werden mit dem Pkw (einschließlich Mietwagen) unternommen. Für fast jede fünfte Reise wird die Bahn als Hauptverkehrsmittel gewählt. Das Flugzeug wird bei 14% dieser Übernachtungs-Geschäftsreisen genutzt.

## Der Pkw ist bei allen Veranstaltungstypen das am häufigsten genutzte Hauptverkehrsmittel



\*inkl. Mietwagen

Frage: Welches Verkehrsmittel haben Sie für diese Reise hauptsächlich genutzt?

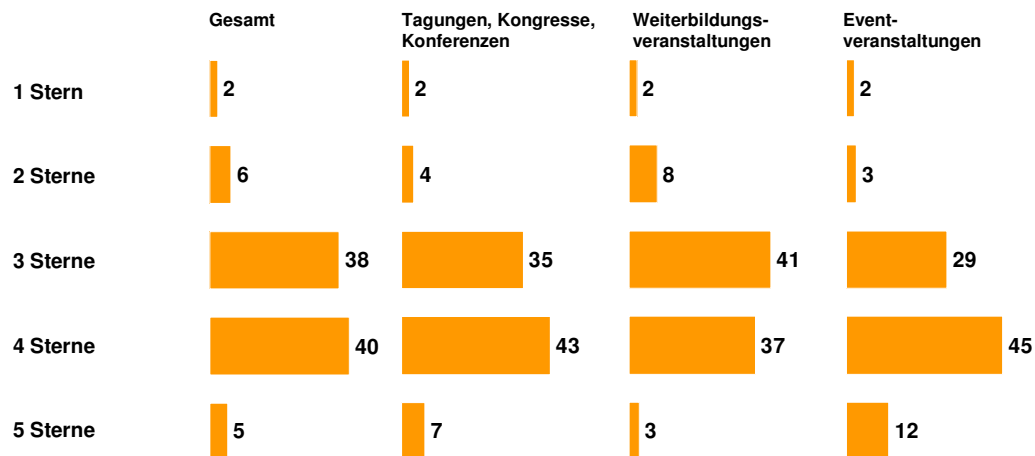
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen n=2.753; Angaben in %

Bei den Kongress- und Veranstaltungsreisen ins Ausland stellt allerdings das Flugzeug das wichtigste Verkehrsmittel dar: Drei von fünf solcher Auslandsreisen werden mit dem Flugzeug unternommen. An zweiter Stelle folgt der Pkw, der bei einem guten Viertel Auslandsreisen genutzt wird. Mit einem Anteil von knapp 5% spielt die Bahn bei den Reisen ins Ausland nur eine untergeordnete Rolle.

Die bei Flugreisen zu Kongressen und Veranstaltungen am häufigsten gewählte Fluggesellschaft ist mit einem Anteil von 40% die Deutsche Lufthansa, gefolgt von Air Berlin mit 14%. Nur fast jeder zehnte ist dabei in der Business Class gereist.

Der Ort der Übernachtung ist bei allen Veranstaltungstypen mit ca. 80% am häufigsten das Hotel. Am höchsten ist der Hotel-Anteil bei Tagungen, Konferenzen und Kongressen (87%), am niedrigsten bei Weiterbildungsveranstaltungen (77%). Bei letztern kommen auch Gasthof/Pension (5%), Übernachtungen bei Freunden/Bekanntem (4%) und sonstige Übernachtungsmöglichkeiten häufiger vor.

### Der Großteil der Teilnehmer übernachtet in 3- und 4-Sterne Hotels



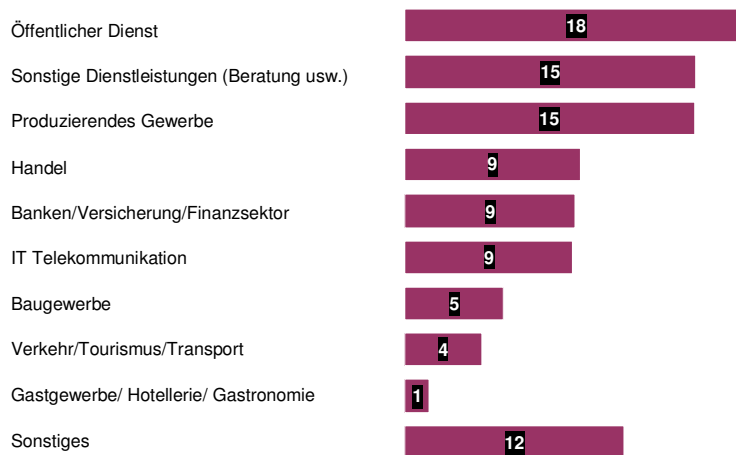
Frage: Zu welcher Sternekatgorie gehörte diese Unterkunft?  
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen im Inland n=2.064; Angaben in % / fehlend zu 100%: Keine Angabe

Bei den Hotels wird mit 40% am häufigsten die 4-Sterne-Kategorie genutzt, gefolgt von 38% in der 3-Sterne-Kategorie. Im Durchschnitt ergibt dies insgesamt 3,4 Sterne. Tendenziell werden bei Eventveranstaltungen höherklassige Hotels gebucht (sogar 12% mit 5 Sternen) und bei Weiterbildungsveranstaltungen etwas niedrigere Kategorien.

Betrachtet man die Größe der Unternehmen der Veranstaltungsteilnehmer, so fällt auf, dass Großunternehmen mit mehr als 5.000 Mitarbeitern (weltweit) am häufigsten für die Veranstaltungsbesuche verantwortlich sind (30%). Ansonsten verteilen sich die Veranstaltungsbesuche relativ gleichmäßig über die unterschiedlichen Unternehmensgrößenklassen.

Bei einer Analyse der Branchen, in der die Besucher von Kongressen und Veranstaltungen arbeiten, ergibt sich folgendes Bild. Die drei aufkommensstärksten Branchen sind der öffentliche Dienst (18%), das produzierende Gewerbe sowie die sonstigen Dienstleistungen (Beratung, Werbung, usw.) mit jeweils 15%. Danach folgen der Handel, der Finanzsektor und der IT/Telekommunikationssektor mit jeweils ungefähr 9%.

### Der öffentliche Dienst induziert am meisten Veranstaltungs-Geschäftsreisen



Frage: In welcher Branche sind Sie bzw. Ihr Unternehmen/Ihre Organisation tätig?  
Basis: Alle Kongress-/Veranstaltungsreisen n=2.753 Alle Angaben in %

Der Großteil der Veranstaltungen fand – neben sonstigen Veranstaltungsorten – in Hotels und Kongress- oder Konferenzzentren statt. An Hochschulen bzw. Universitäten wurde nur ein kleiner Teil der Veranstaltungen durchgeführt. Dabei zeigen sich deutliche Unterschiede hinsichtlich der Struktur der Veranstaltungen an den verschiedenen Veranstaltungsorten.

In **Kongress- und Konferenzzentren** sind fast 50% aller Veranstaltungen Tagungen, Konferenzen oder Kongress. 30% der Veranstaltungen fallen in die

Rubrik Weiterbildungsveranstaltung. 19 % gehören zu den Event-Veranstaltungen und nur wenige fallen unter sonstige Veranstaltungen. Nicht verwunderlich ist, dass in Kongress- und Konferenzzentren tendenziell eher große Veranstaltungen stattfinden. Ein gutes Drittel hat mehr als 250 Teilnehmer, ein weiteres Viertel zwischen 50 und 250 Teilnehmern. Mehr als die Hälfte dieser Veranstaltungen (54%) geht von einem Verband, Verein oder einer Institution aus.

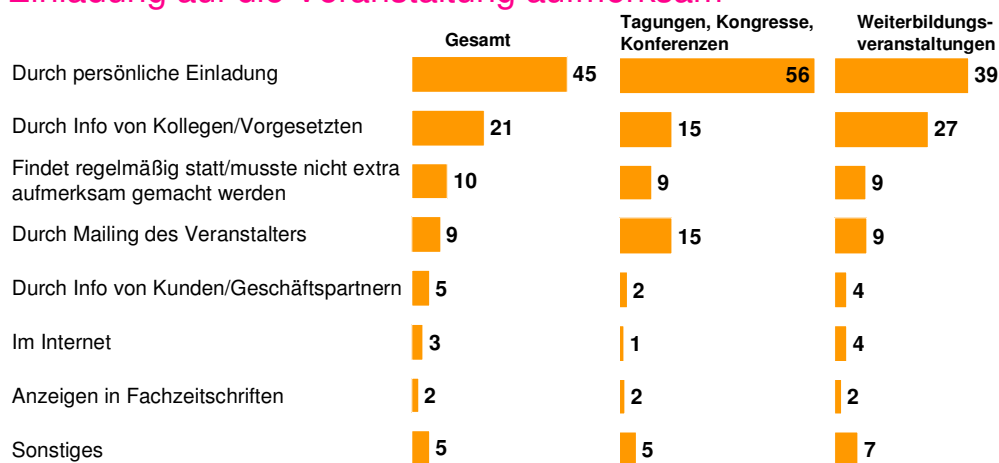
Anders sieht das Bild bei **Hotels als Veranstaltungsort** aus. Hier gehen mehr als 2/3 der Veranstaltungen auf die Privatwirtschaft zurück und nur 28% auf öffentliche Stellen. Bei der Veranstaltungsgröße werden hier besonders die unteren Segmente bedient. 42% der Veranstaltungen haben nur bis 20 Teilnehmer, ein weiteres Drittel zwischen 20 und 50 Teilnehmern. Nur ein kleiner Teil hat mehr als 250 Teilnehmer (6%). Nicht verwunderlich ist da, dass der Anteil an Weiterbildungsveranstaltungen mit fast 50% deutlich höher liegt als bei Kongress- und Konferenzzentren. Im Gegenzug entfällt nur ein gutes Drittel auf Tagungen, Konferenzen und Kongress sowie nur 9% auf Eventveranstaltungen.

Noch größer ist der Anteil an Weiterbildungsveranstaltungen mit 56% beim **Veranstaltungsort Hochschule/Universität**. Die anderen Veranstaltungstypen werden hier entsprechend seltener durchgeführt. Die Teilnehmerzahl hat bei diesem Veranstaltungsort seinen Schwerpunkt im Mittelfeld. 37% der Veranstaltungen haben zwischen 20 und 50 Teilnehmern, gefolgt von 28% im Segment der Veranstaltungen zwischen 50 und 250 Teilnehmern. Die überwältigende Mehrheit (90%) der Veranstaltungen geht von Verbänden, Vereinen und Institutionen aus, was sicherlich auch durch deren Nähe zu den Hochschulen, aber vermutlich auch durch niedrigere Kosten, begründet ist.

## 4. Kongress- und Veranstaltungsreisen im Detail

Betrachtet man, wie die Befragten von der jeweiligen Veranstaltung erfahren haben, so zeigt sich, dass der Großteil (45%) durch eine persönliche Einladung aufmerksam wurde. Nimmt man noch die Kategorie ‚Mailing durch Veranstalter‘ (9%) hinzu, kommt die direkte, gezielte Kommunikation auf mehr als 55% und unterstreicht damit ihre bedeutsame Rolle. Jeder Fünfte wurde von Kollegen oder Vorgesetzten über die Veranstaltung informiert. Jeder zehnte musste gar nicht extra aufmerksam gemacht werden, da die Veranstaltung als regelmäßiges Ereignis fest eingeplant ist.

### Der Großteil der Teilnehmer wird durch eine persönliche Einladung auf die Veranstaltung aufmerksam



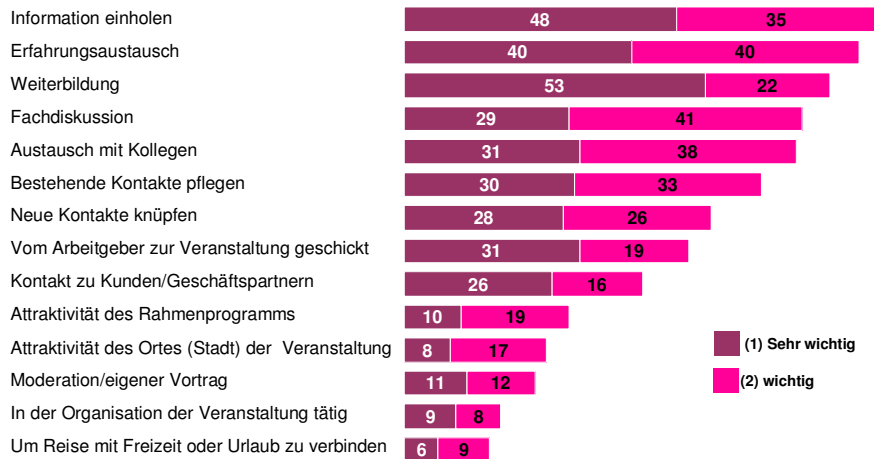
Frage: Wie sind Sie auf die Veranstaltung aufmerksam geworden?  
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen n=760; Angaben in %

Die aus Teilnehmersicht wichtigsten Gründe für die Teilnahme an den Kongress- und Veranstaltungsreisen sind die Folgenden:

Für 83% war es ein wichtiger oder sehr wichtiger Grund, Informationen einzuholen. Mit 80% nur etwas weniger bedeutsam ist der Erfahrungsaustausch, gefolgt von Weiterbildung (75%), Fachdiskussion (70%), Austausch mit Kollegen (69%) und bestehende Kontakte pflegen (63%) bzw. neue Kontakte knüpfen (54%).

Zwar stehen damit die beruflichen Interessen deutlich im Vordergrund, aber auch private Aspekte spielen eine Rolle: Für 29% war die Attraktivität des

## Die beiden wichtigsten Gründe für die Teilnahme sind das Einholen von Informationen und der Erfahrungsaustausch



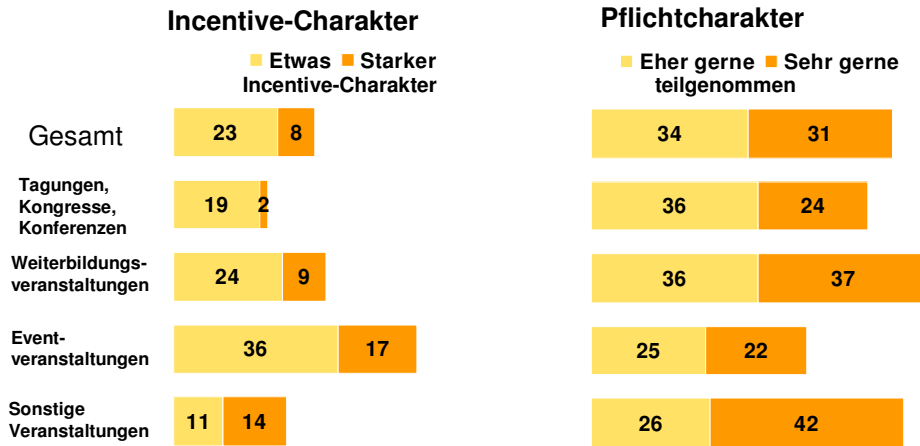
Frage: Aus welchen Gründen haben Sie an der Veranstaltung teilgenommen? Bitte geben Sie für jeden Grund an, wie wichtig dieser für Sie persönlich war /1=sehr wichtig; 5= überhaupt nicht wichtig). Basis: Alle Kongress-/Veranstaltungsreisen n=760 – Alle Angaben in %

Rahmenprogramms wichtig, für 25% die Attraktivität des Ortes der Veranstaltung. Die Bedeutung eher weicher Faktoren wird auch dadurch unterstrichen, dass generell für die Teilnahme an einer Veranstaltung neben einer schnellen und bequemen Anreise (91% Nennungen) auch interessante Sehenswürdigkeiten (33%) und eine reizvolle Landschaft und Natur (28%) eine nennenswerte Rolle spielen.

Immerhin auf 40% der Kongress- und Veranstaltungsreisen werden neben dem Besuch der Veranstaltung auch private Freizeitaktivitäten ausgeübt. Bei Reisen ins Ausland liegt dieser Anteil sogar bei zwei Drittel. Die am häufigsten genannte Aktivität ist ein Stadtrundgang (60%). Aber auch der Besuch gastronomischer Einrichtungen (56%), Spaziergänge (53%), Sightseeing (46%) und Einkaufsbummel (39%) sind beliebte Freizeitaktivitäten, die neben der Veranstaltung unternommen werden.

Nicht verwunderlich ist es da, dass Kongress- oder Veranstaltungsreisen mit Übernachtung häufig auch als Incentive angesehen werden. Immerhin mehr als 30% sehen in ihrer Reise auch einen gewissen Incentive-Charakter. Am ausgeprägtesten ist dies bei Eventveranstaltungen (53% sehen dies zumindest teilweise als Incentive). Den geringsten Incentive-Charakter weisen Tagungen, Kongresse und Konferenzen (21%) auf. Interessanterweise nehmen an der Eventveranstaltung aber nur 47% sehr gerne oder eher gerne teil, während dies im Mittel 65% und bei Weiterbildungsveranstaltungen sogar 73% sind.

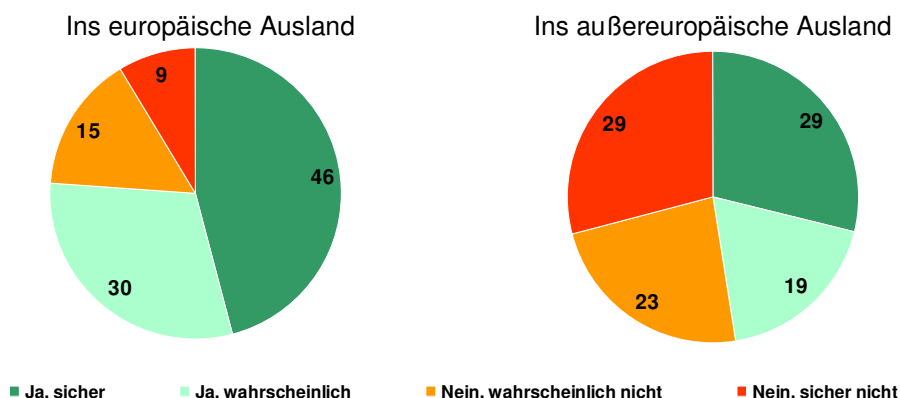
Den stärksten Incentive-Charakter hat die Eventveranstaltung, wenngleich unterdurchschnittlich gerne an ihr teilgenommen wird



Frage: Hatte diese Geschäftsreise auch Incentive-Charakter? Haben Sie diese Veranstaltung eher als Pflichttermin empfunden oder haben Sie gerne an dieser Veranstaltung teilgenommen?  
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen n=760; Angaben in %

Eine weitere Fragestellung untersucht die Bereitschaft, an Kongress- und Veranstaltungsreisen auch im Ausland teilzunehmen. 46% der Befragten mit einer Übernachtungsreise ins Inland hätten diese Reise sicher auch durchgeführt, wenn der Veranstaltungsort im europäischen Ausland gelegen hätte. Weitere 30% hätten diese Reise in diesem Fall zumindest wahrscheinlich unternommen. Bei

Die Bereitschaft, an Veranstaltungen im europäischen Ausland teilzunehmen ist groß. Bei weiter entfernten Zielen sinkt sie deutlich

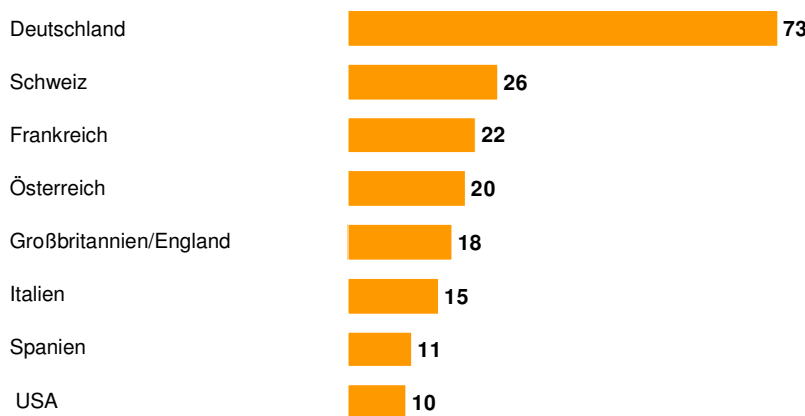


Frage: Hätten Sie an dieser Veranstaltung auch teilgenommen, wenn Sie nicht in Deutschland sondern im europäischen Ausland oder im außereuropäischen Ausland stattgefunden hätte?  
Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen ins Inland n=723; Angaben in %

einem theoretischen Veranstaltungsort im außereuropäischen Ausland sinkt die Bereitschaft rapide ab. 29% hätten die Reise trotzdem sicher gemacht, 19% wahrscheinlich. Die Bereitschaft zu Auslandsreisen variiert nicht sehr stark über die genauen Reisegründe, ist aber insgesamt bei Übernachtungsreisen zu Kongressen, Tagungen und Konferenzen am höchsten.

Abschließende wurde die Frage nach den bevorzugten Ländern für Kongress- und Veranstaltungsreisen gestellt. Mit 73% wurde hier Deutschland genannt. Im deutschen Quellmarkt ist damit das eigene Land mit Abstand am beliebtesten. Dahinter folgen die europäischen Nachbarländer Schweiz (26%), Frankreich (22%), Österreich (20%), Großbritannien (18%) und Italien (15%). Auch hier spiegelt sich das Bedürfnis nach einer schnellen und bequemen Anreise wider.

### Deutschland ist bei Deutschen das mit Abstand beliebteste Land für Kongresse/Veranstaltungen



Frage: Welches sind Ihre bevorzugten Länder für Veranstaltungen, Tagungen und Kongresse? Bitte nennen Sie bis zu 3 Länder.

Basis: Alle Kongress- und Veranstaltungsreisen n=760; Angaben in %