

Meeting- & EventBarometer Deutschland 2011

Die Deutschland-Studie des Kongress- und Veranstaltungsmarktes

im Auftrag

des EVVC Europäischen Verbandes der Veranstaltungs-Centren e.V.,

des GCB German Convention Bureau e.V.

und der DZT Deutschen Zentrale für Tourismus e.V.

durchgeführt vom EITW Europäischen Institut für TagungsWirtschaft GmbH



Pressekonferenz

24. Mai 2011

IMEX Frankfurt



Begrüßungsrede

Ray Bloom
Chairman der “IMEX –
incorporating Meetings made in Germany –
The Worldwide Exhibition for incentive travel,
meetings and events”

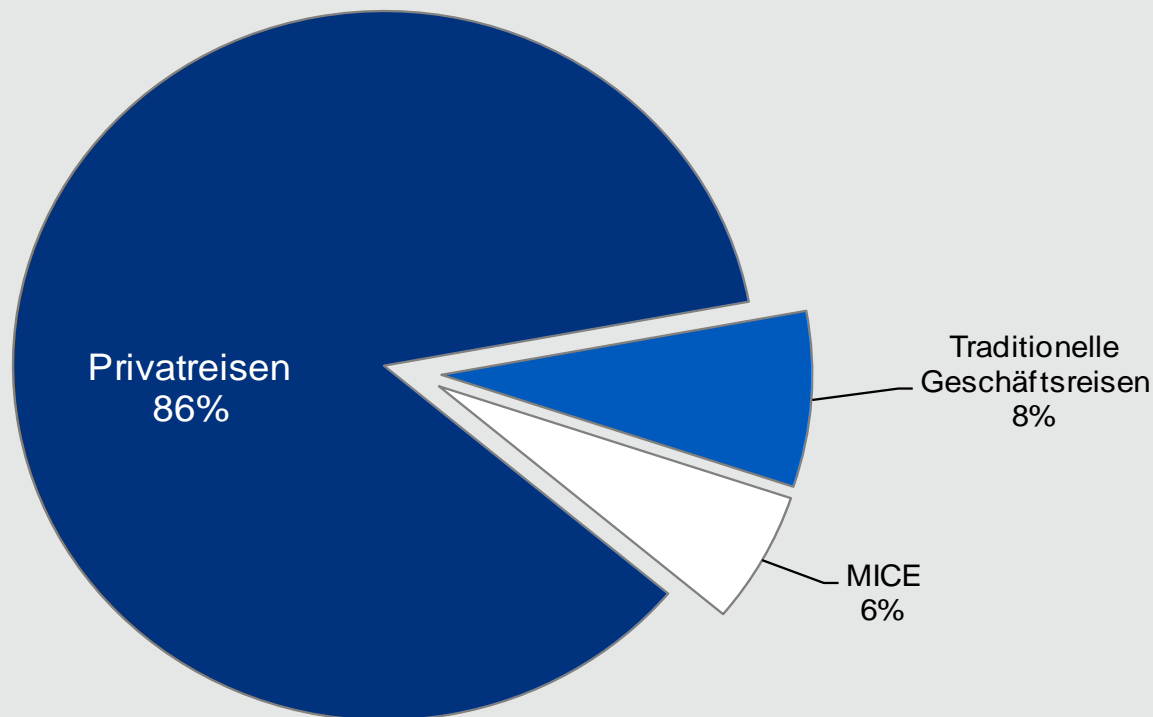
Bedeutung und Entwicklung des Geschäftsreisemarktes

und

internationale Stellung des Kongress-Standortes Deutschland

Matthias Schultze
Geschäftsführer GCB
German Convention Bureau e.V.

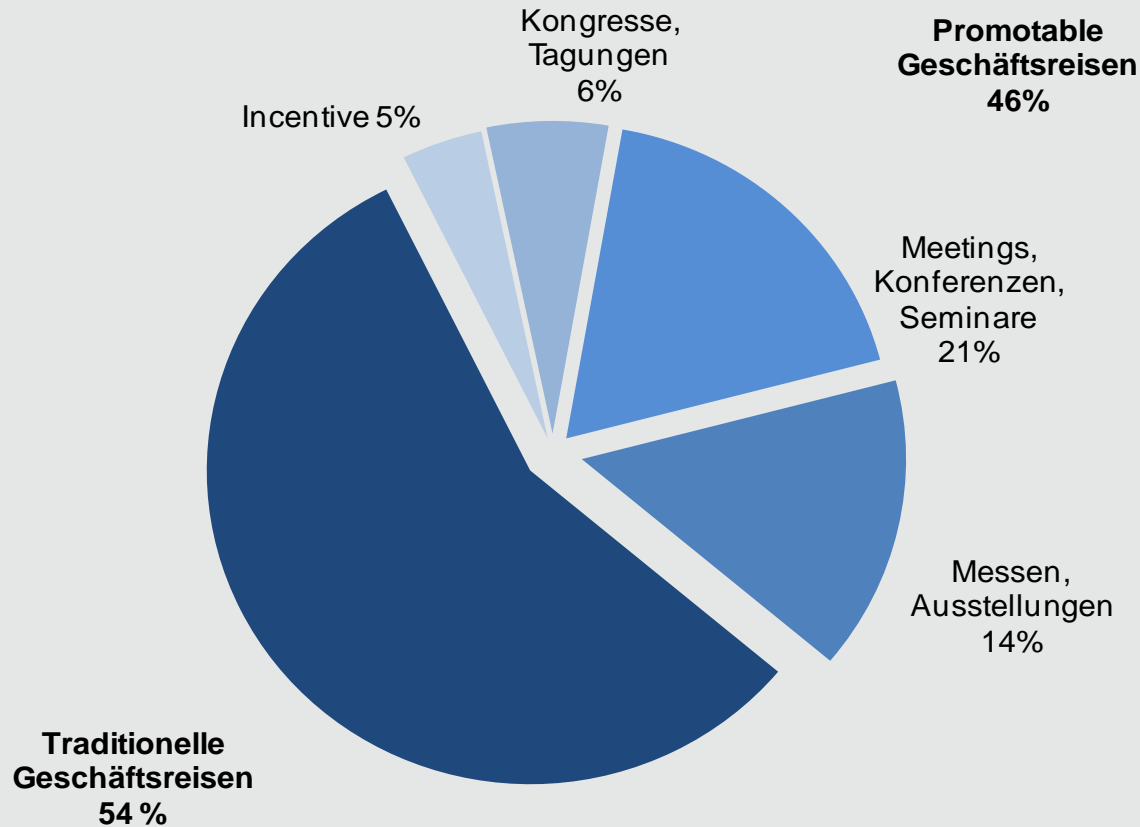
14 Prozent aller europäischen Auslandsreisen sind Geschäftsreisen



Basis: DZT/WTM, IPK 2011, Abweichungen von 100% rundungsbedingt

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

46 % Prozent der Auslandsgeschäftsreisen sind MICE-Geschäftsreisen

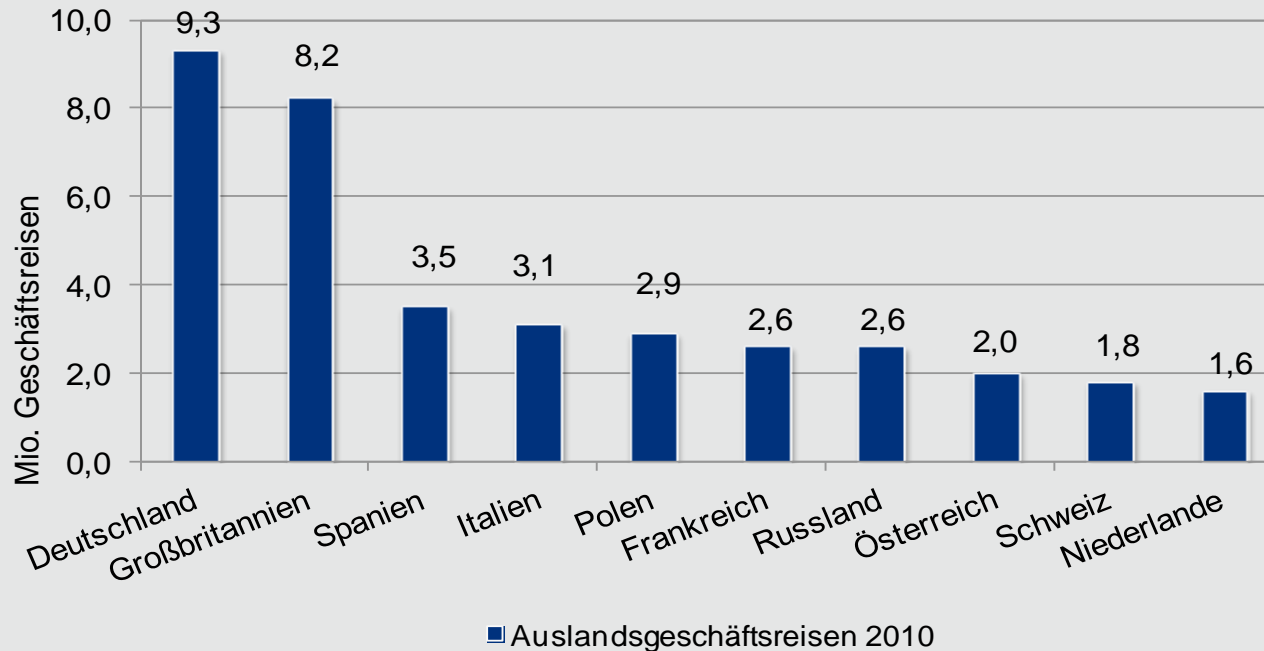


Basis: DZT/WTM, IPK 2011, Abweichungen von 100% rundungsbedingt

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

UK nach Deutschland der größte Quellmarkt für Auslandsgeschäftsreisen 2010 in Europa

Herkunftsmärkte Geschäftsreisen



Basis: DZT/WTM, IPK 2011

Geschäftsreisen sind ein wichtiger Wirtschaftsfaktor im Deutschland-Tourismus

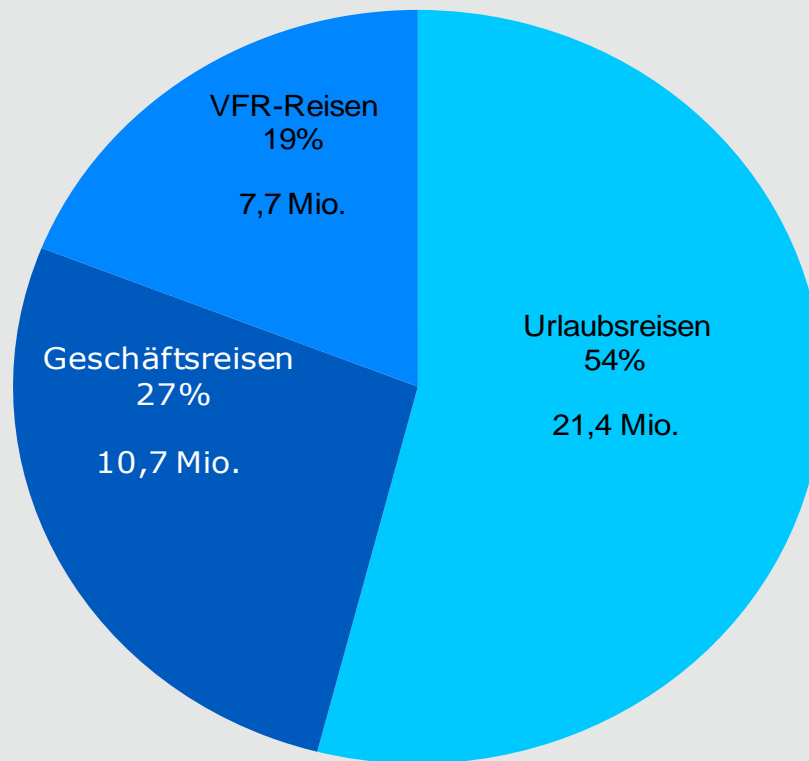
Geschäftsreisen (mit Übernachtung)	Tagesgeschäftsreisen (TGR) ³
72,5 Mio. Inland ¹	315,4 Mio. klassische TGR
Umsatz 39,0 Mrd. € ¹	122,6 Mio. Teiln. Seminare/Schulungen
	59,4 Mio. Teiln. Tagungen/Kongresse
10,7 Mio. aus Europa ²	42,7 Mio. Teiln. Messen/Ausstellungen
Umsatz 7,5 Mrd. € ²	
1,4 Mio. aus Übersee ^{2*}	540,0 Mio. Gesamt Inland
Umsatz 5,0 Mrd. € ^{2*}	Umsatz 14,0 Mrd. €
Gesamtumsatz 66 Mrd. €	

Quelle: ¹ DZT/TNS-Infratest, ² DZT/IPK 2011, ³ BMWi/DWIF, * Schätzwert

Geschäftsreisen 2010 mit +12% wieder stark gestiegen

Alle Reisen europaweit nach Deutschland 2010:
40 Mio.

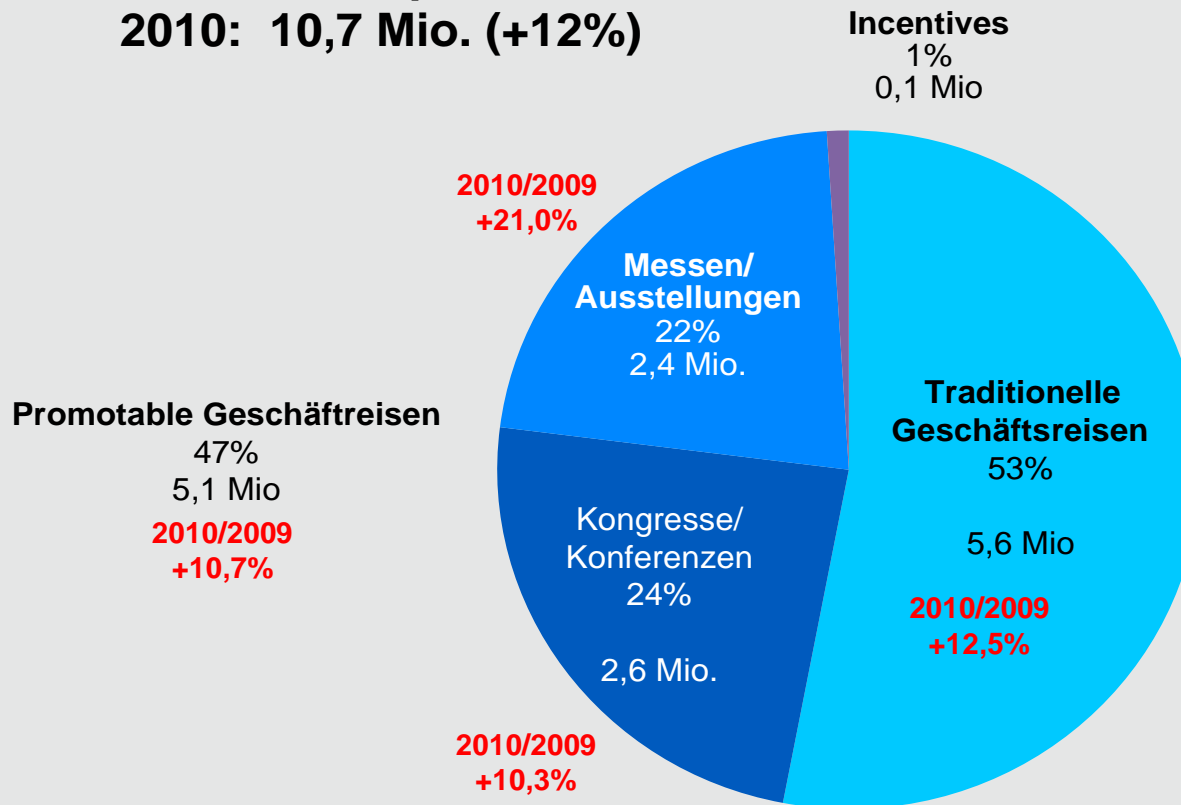
2010/2009
+12%



Basis: DZT/WTM, IPK 2011

Promotable Geschäftsreisen 2010 wieder auf hohem Niveau

Geschäftsreisen der Europäer nach Deutschland 2010: 10,7 Mio. (+12%)

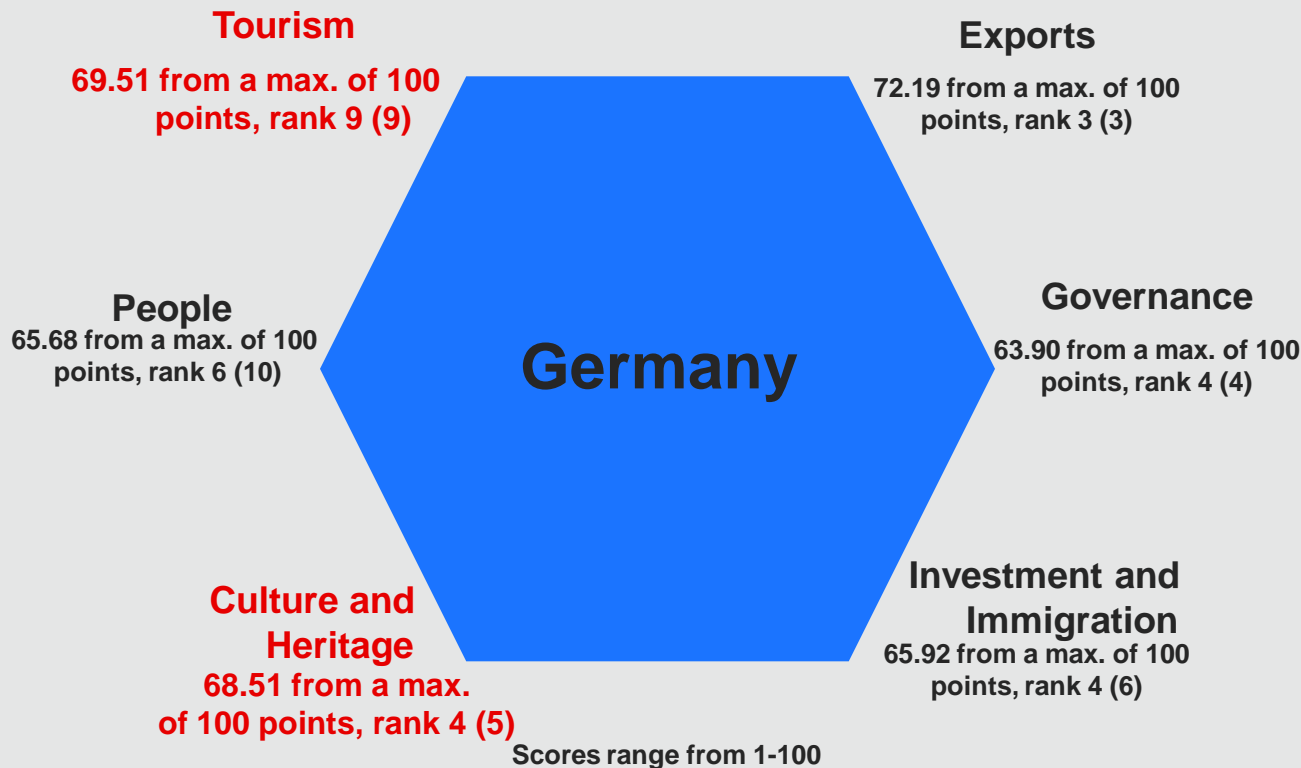


Basis: DZT/WTM, IPK 2011

Deutschland-Image: im Nations-Brands-Index Platz 2 von weltweit 50 Nationen

Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index untersucht sechs wichtige Standortfaktoren für das Image von Nationen

2009: Deutschland Rang 3
2010: Deutschland Rang 2
In Klammern: Werte für 2009



Quelle: Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index 2010 Report, Januar 2011

Deutschland-Image: im Nations-Brands-Index Platz 2 von weltweit 50 Nationen

Großereignisse (FIFA-WM 2006) haben nachhaltig positive Image-Auswirkungen

Zeitraum	Rang * Deutschland gesamt	Rang* Image Tourismus	Rang* Image Kultur
2006			
1. Quartal (vor FIFA WM)	5	19	5
2006			
4. Quartal (nach FIFA-WM)	1	13	4
2008	1	10	4
2009	3	9	5
2010	2	9	4

Quelle: Anholt-GfK Roper Nation-Brands-Index 2006-2011, * von weltweit 50 Nationen

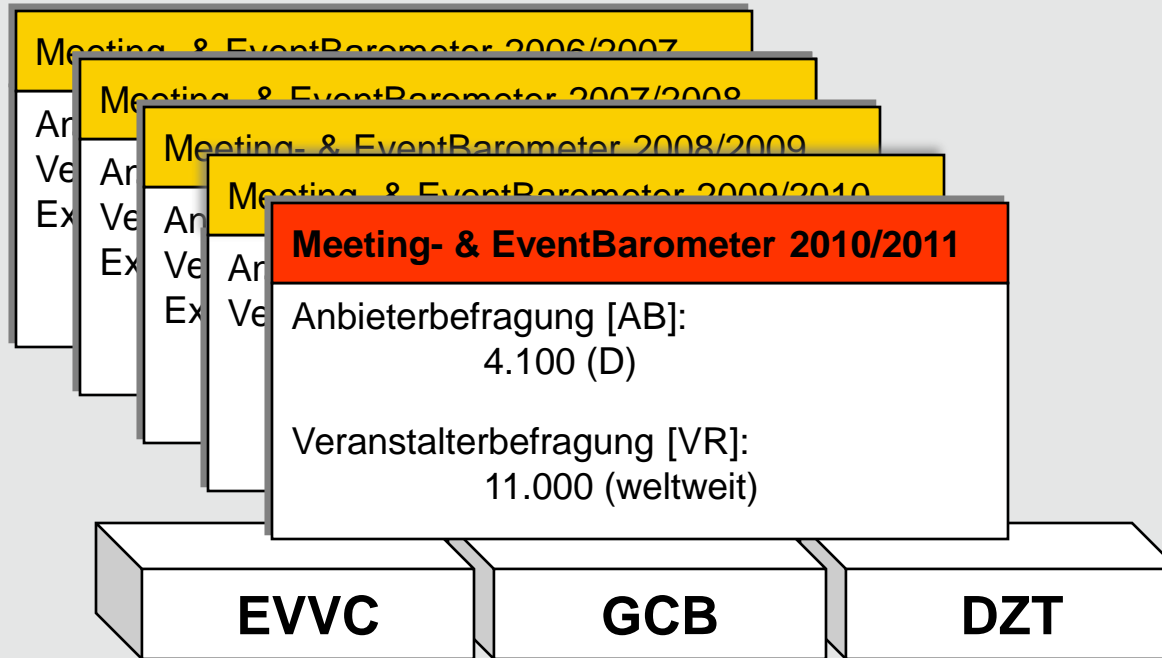
ICCA-Ranking: Das Kongressland Deutschland ist Nummer 1 in Europa – weltweit Nr. 2



Top Ten Europas	Top Ten der Welt
1. Deutschland	1. USA
2. Spanien	2. Deutschland
3. Großbritannien	3. Spanien
4. Frankreich	4. Großbritannien
5. Italien	5. Frankreich
6. Schweiz	6. Italien
7. Niederlande	7. Japan
8. Österreich	8. China
9. Portugal	9. Brasilien
10. Schweden	10. Schweiz

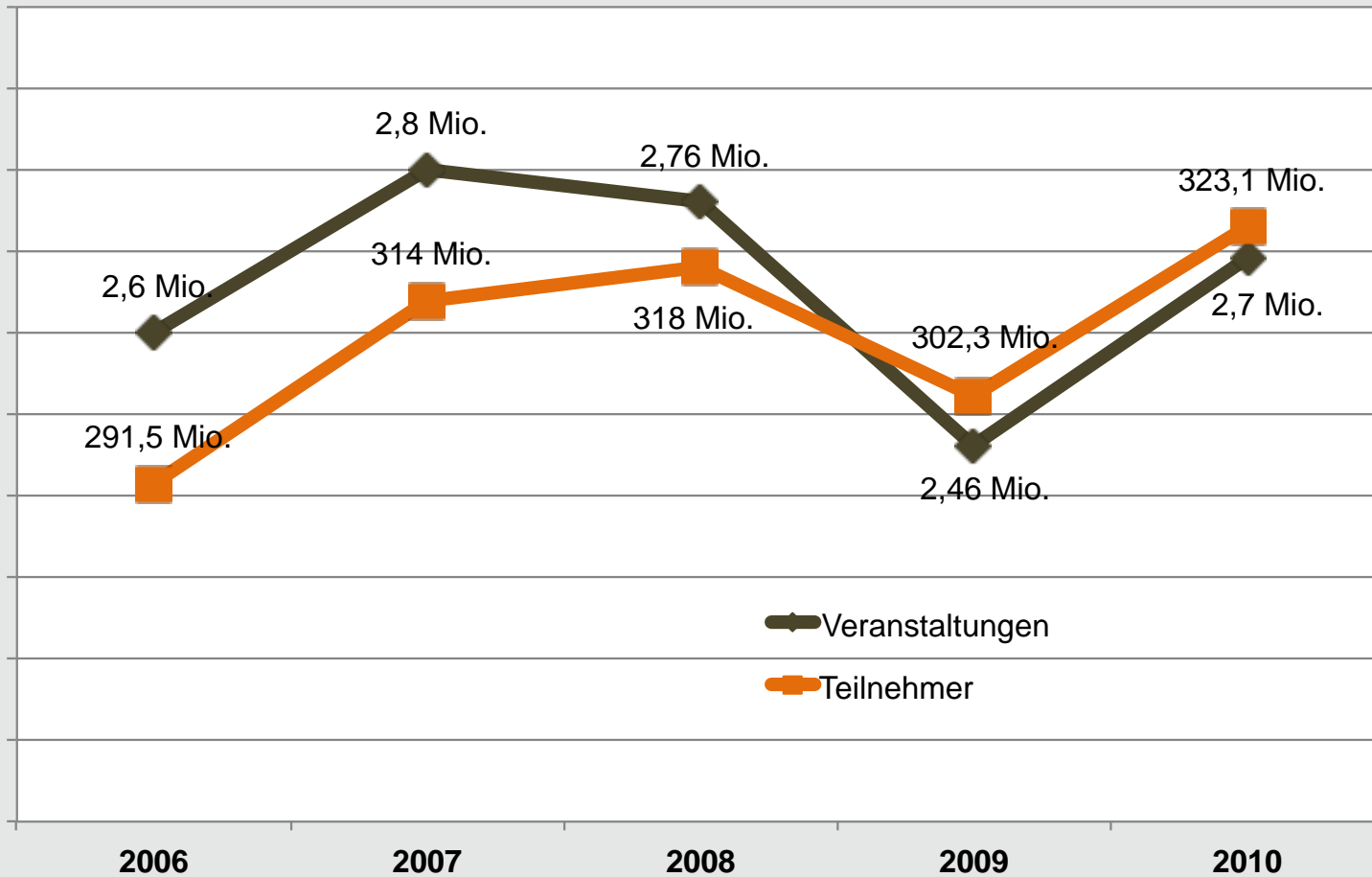
Quelle: ICCA Statistics Report 2010, Country and city rankings

Das Meeting- & EventBarometer Deutschland



→ das „Branchenbarometer“
für den gesamten Veranstaltungsmarkt in Deutschland

Der Markt hat sich nach Einbruch erholt - so viele Teilnehmer wie noch nie



Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007-2011: Gesamtzahl der Veranstaltungen und Teilnehmer

Veranstaltungsmarkt Deutschland 2010

ANGEBOTSSITUATION

Tagungs- und Veranstaltungsstätten insgesamt¹ **6.420**

Kongress- und VeranstaltungsCentren (VC)	1.557
TagungsHotels (TH)	3.173
EventLocations (EL) ²	1.690

NACHFRAGESITUATION

Veranstaltungen **2,69 Mio.**

Durchschnittsdauer 1,6 Tage

Teilnehmer insgesamt **323 Mio.**

davon aus dem Ausland 5,8 %

- 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 2011: verschiedene Abfragen

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

Kaum Veränderung bei den Anbietern

ANGEBOTSSITUATION

Tagungs- und Veranstaltungsstätten insgesamt	6.420	(+/- 0)
Kongress- und VeranstaltungCentren (VC)	1.557	+ 0,2 %
TagungsHotels (TH)	3.173	- 0,5 %
EventLocations (EL)	1.690	+ 1,3 %

Basis: EITW, eigene Recherchen

... aber bei der Nachfrage geht es wieder aufwärts

NACHFRAGESITUATION

Veranstaltungen	2,69 Mio.	+ 9,4 %
Durchschnittsdauer	1,6 Tage	+/- 0 Tage
Teilnehmer insgesamt	323 Mio.	+ 6,9 %
davon aus dem Ausland	5,8 %	+ 0,3 %

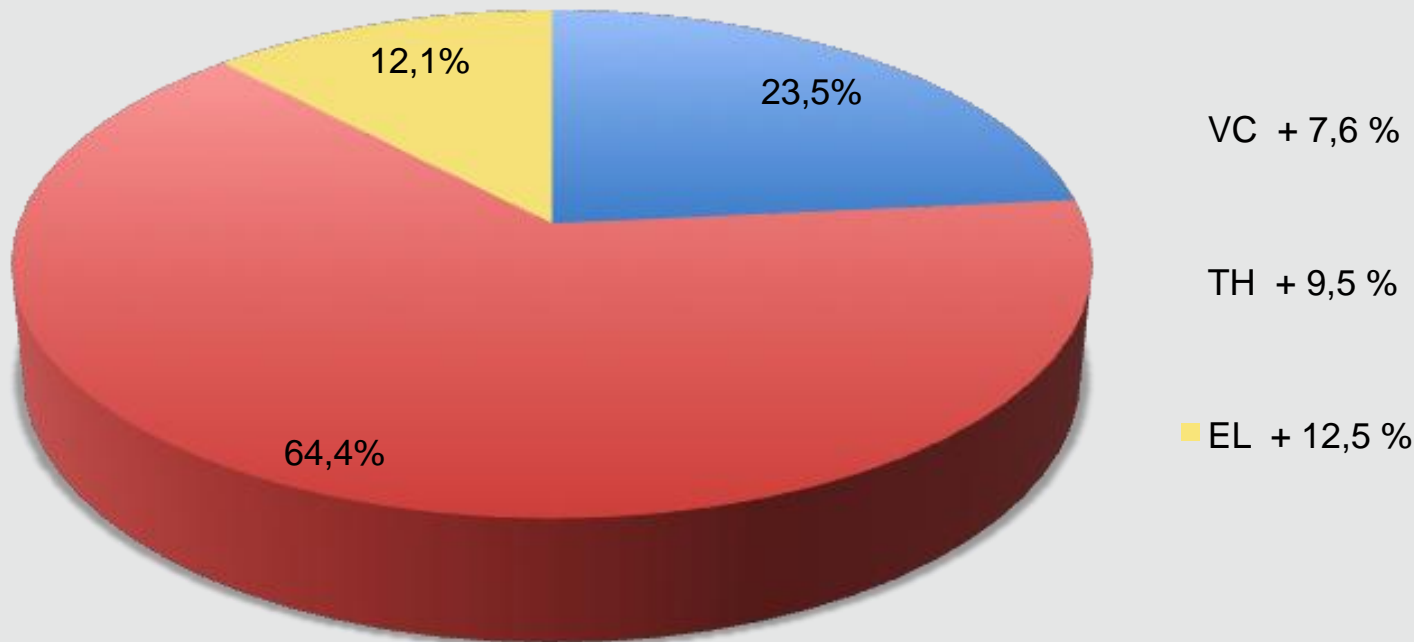
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2011

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

Veranstaltungen & Teilnehmer

Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber
Geschäftsführer EITW
Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH

Veranstaltungen: Alle Arten von Veranstaltungsstätten im Aufwind

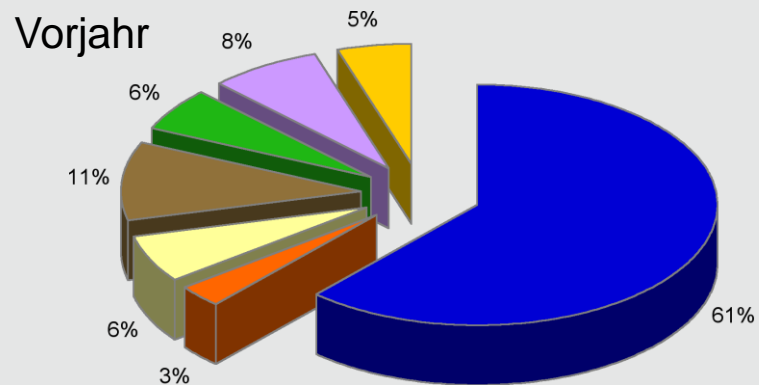
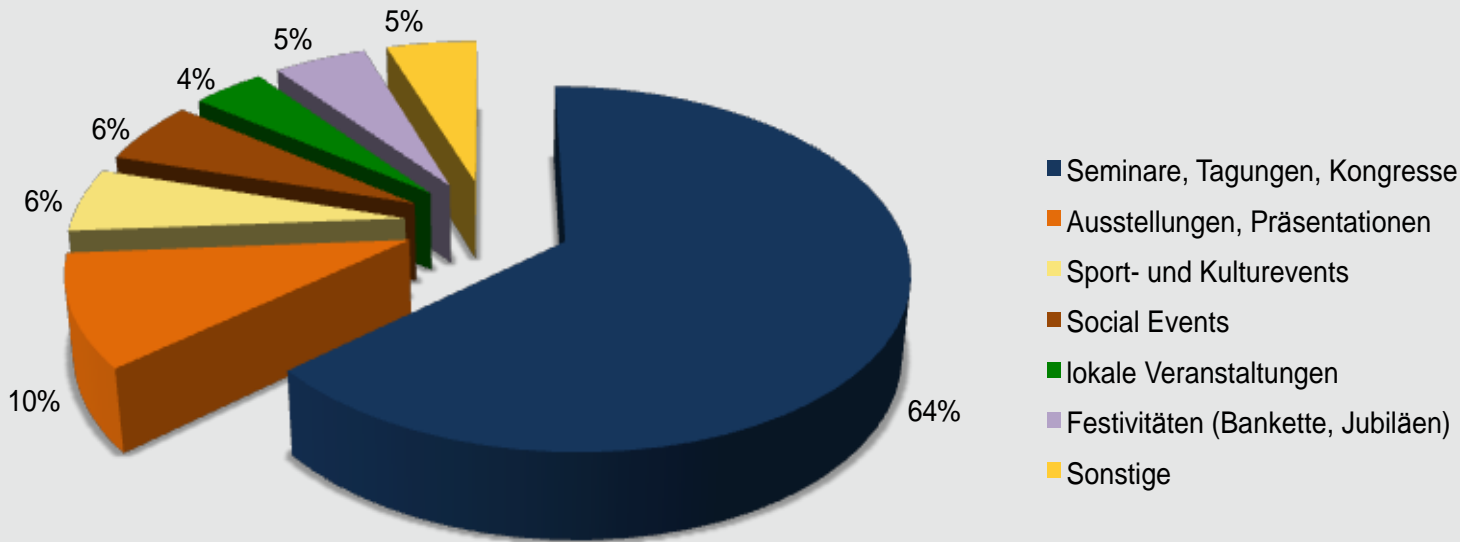


Gesamt-Wachstum: + 9,4 % bei Veranstaltungen im Vergleich zum Vorjahr

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2011: Gesamtzahl der Veranstaltungen

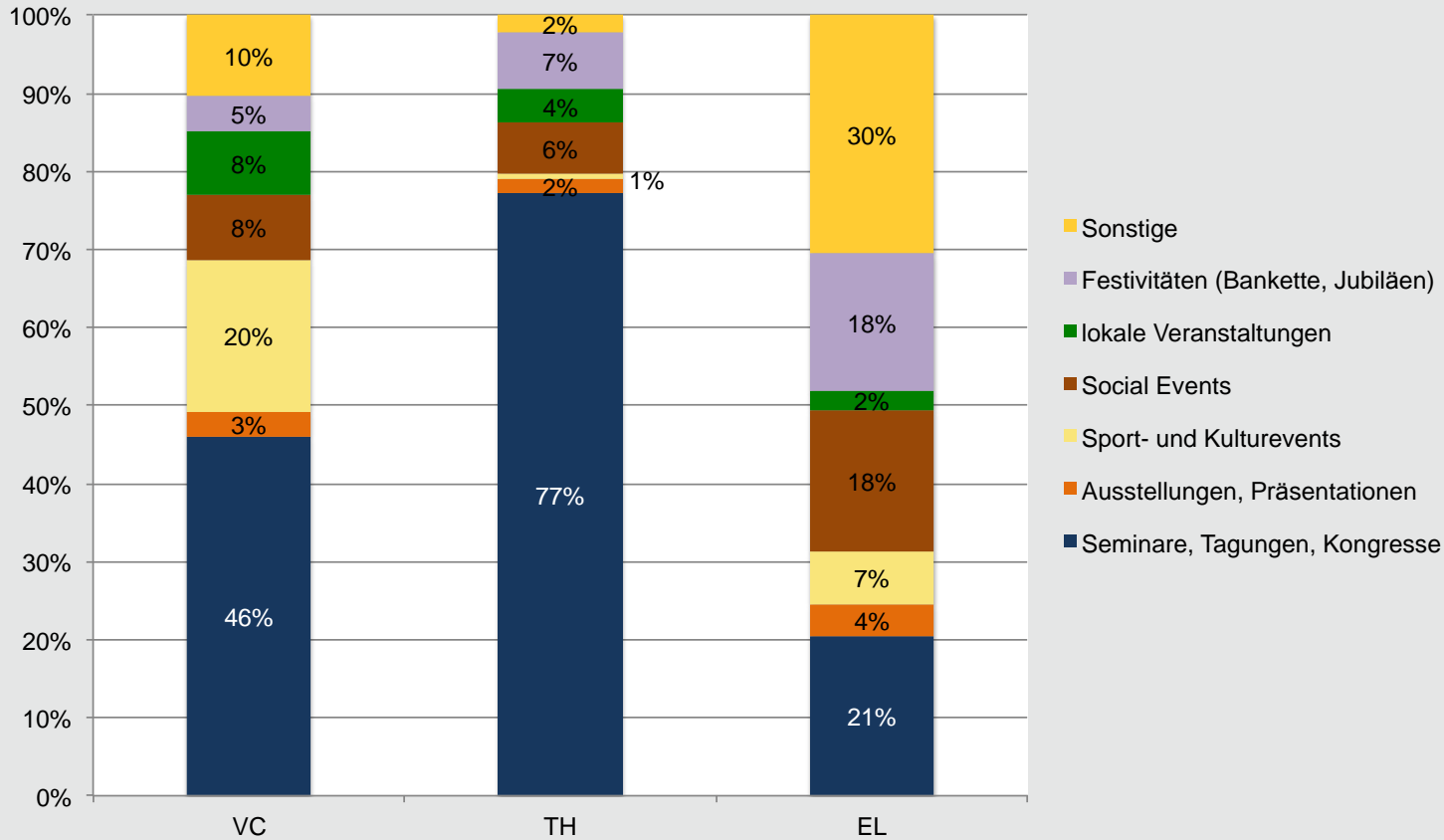
Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

Neben Tagungen legen vor allem Ausstellungen und Präsentationen zu



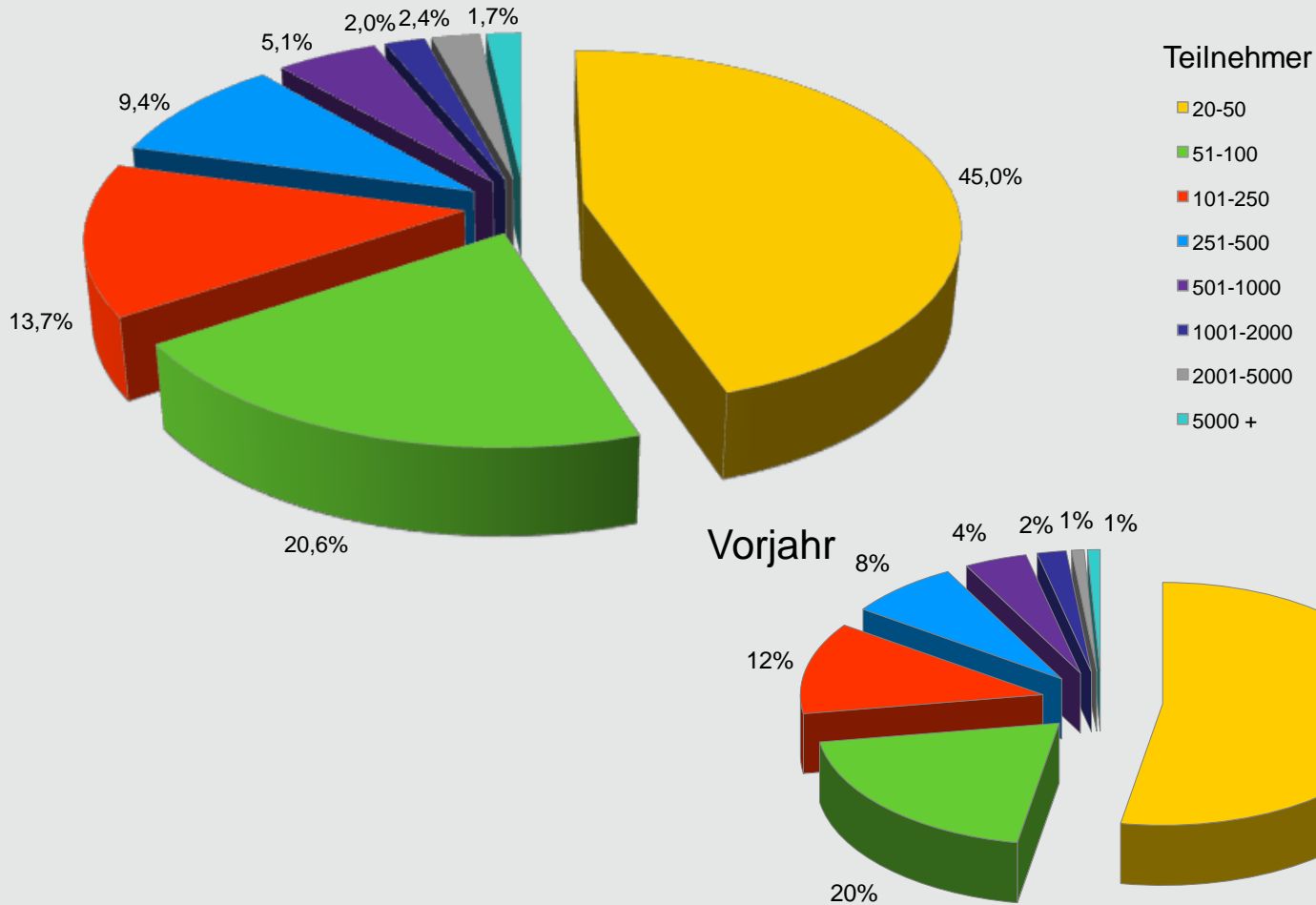
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2010: Aufteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungs-Art

Veranstaltungszentren: die „Multis“ Tagungshotels: die „Seminar-Könige“ Eventlocations: die „Spezialisten“ für Social Events + Feste



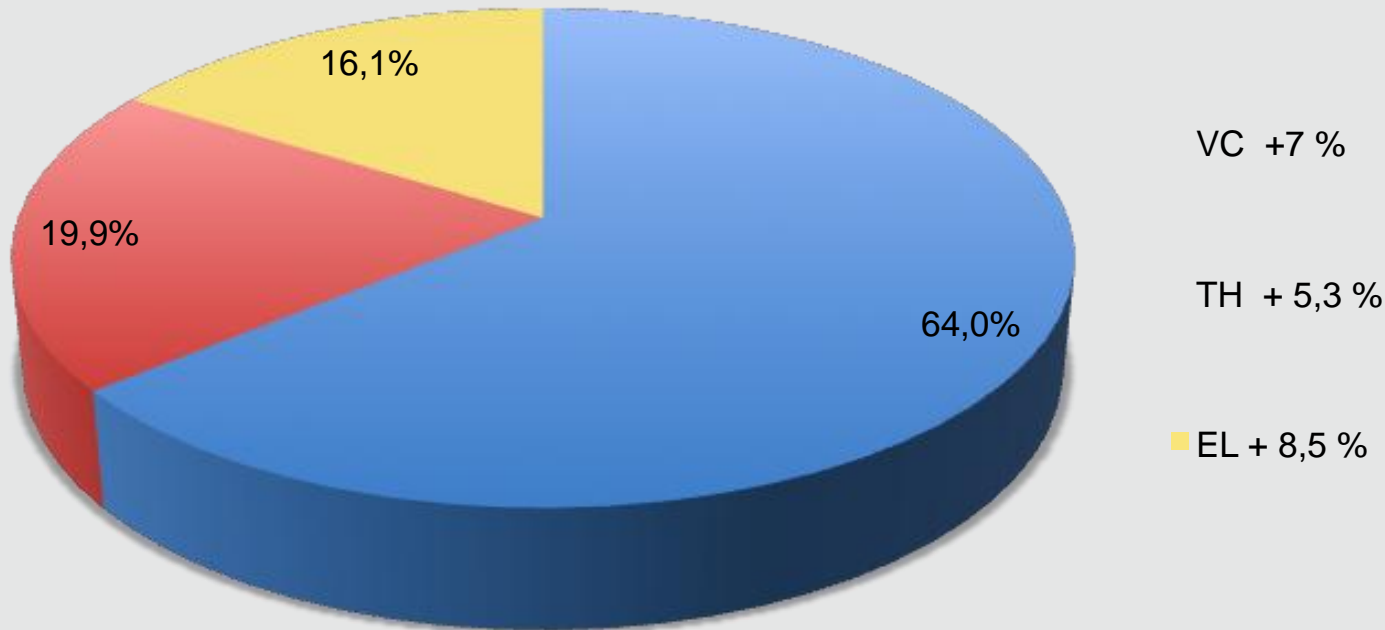
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2011: Aufteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungs-Art

Verschiebungen in den Größenklassen: bis 50 Teilnehmer: - 7%, über 2.000 Teilnehmer: plus 2%



Basis: EITW, Anbieterbefragung 2009 und 2010: Aufteilung der Veranstaltungen nach Veranstaltungs-Größe

Teilnehmer: Anstieg 2010 in Eventlocations und Veranstaltungszentren am höchsten



Gesamt-Wachstum: + 6,9 % bei Teilnehmern im Vergleich zum Vorjahr

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2010: Gesamtzahl der Teilnehmer

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

Internationale Veranstaltungen haben zugenommen und finden weiterhin in Tagungshotels und großen Veranstaltungszentren statt

- Internationale Veranstaltung:
Veranstaltung mit mindestens 10 % internationalen Gästen
- Anteil der internationalen Veranstaltungen gesamt: 5,7 % (+ 0,4 %)

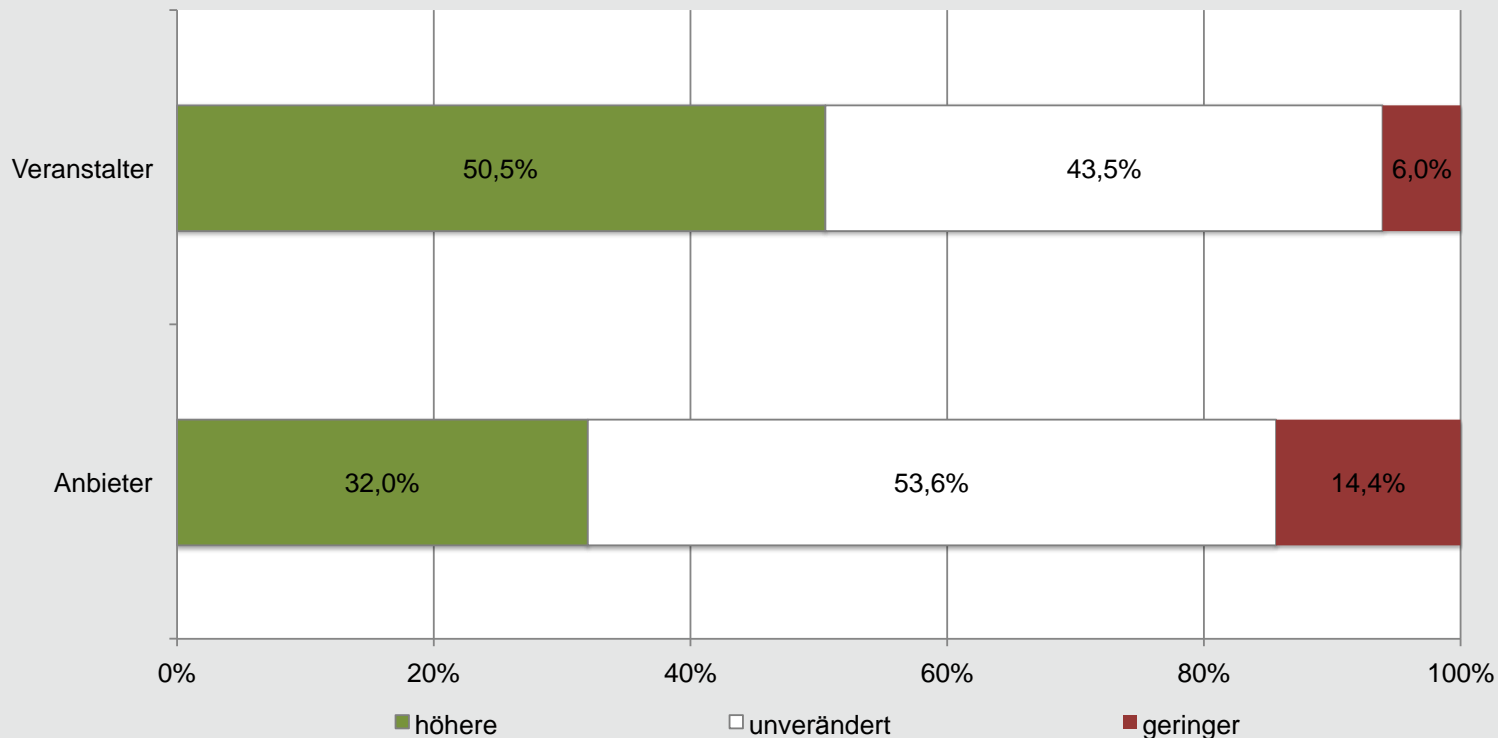
Art		VC	TH	EL
Anteil internationaler Veranstaltungen	2010	3,3 %	6,3 %	5,5 %
	2011	4,0 %*	7,3 %	5,5 %

* Anteil mit bis zu 8 % in großen Veranstaltungszentren (>4000 Sitzplätze im größten Saal) besonders hoch

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2010: Anzahl Internationaler Veranstaltungen

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

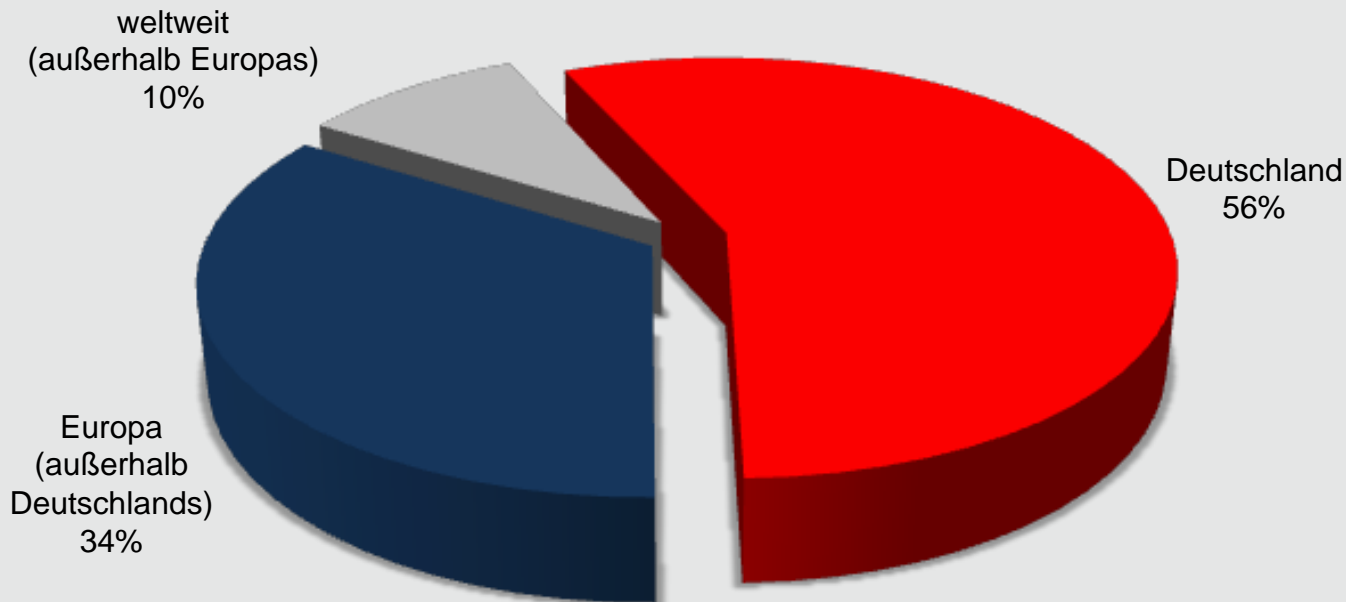
Anbieter und Veranstalter prognostizieren internationalen Veranstaltungen noch positivere Zukunft als 2010



Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011: Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung folgender Veranstaltungsformen ein?

Regionen-Rankings der Veranstalter

Befragte Veranstalter verteilen sich über Europa und weltweit – mit Schwerpunkt in Deutschland



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011: Standort des Unternehmens/Verbandes

Deutschland bei allen Veranstaltergruppen weiterhin ganz vorne

	Alle Veranstalter
1	Deutschland
2	Spanien
3	Österreich
4	Frankreich
5	Italien
6	Schweiz
7	Großbritannien
8	USA
9	Belgien
10	Niederlande

aus D	aus EU ¹	weltweit ²
Deutschland	Deutschland	Deutschland
Österreich	Spanien	Frankreich
Spanien	Frankreich	Italien
Schweiz	Italien	Indien
USA	Belgien	USA
Großbritannien	Großbritannien	China
Frankreich	USA	Spanien
Italien	Niederlande	Großbritannien
Niederlande	Österreich	Portugal
Belgien	Portugal	Mexiko

¹ ohne Deutschland; ² ohne EU; Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011 (Veranstalter): Bevorzugte Tagungsdestinationen WELTWEIT

Bayern immer vorne, außer bei den Veranstaltern aus Deutschland – diese bevorzugen NRW

	Alle Veranstalter	aus D	aus EU ¹	weltweit ²
1	Bayern	Nordrhein-Westfalen	Bayern	Bayern
2	Nordrhein-Westfalen	Bayern	Brandenburg	Nordrhein-Westfalen
3	Hessen	Hessen	Nordrhein-Westfalen	Baden-Württemberg
4	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg	Baden-Württemberg	Brandenburg
5	Brandenburg	Niedersachsen	Hessen	Hessen
6	Sachsen	Rheinland-Pfalz	Sachsen	Sachsen
7	Niedersachsen	Brandenburg	Schleswig-Holstein	Schleswig-Holstein
8	Rheinland-Pfalz	Sachsen	Niedersachsen	Thüringen
9	Schleswig-Holstein	Mecklenburg-Vorpommern	Rheinland-Pfalz	Mecklenburg-Vorpommern
10	Mecklenburg-Vorpommern	Schleswig-Holstein	Thüringen	Saarland
11	Thüringen	Thüringen	Mecklenburg-Vorpommern	Niedersachsen
12	Saarland	Sachsen-Anhalt	Saarland	Rheinland-Pfalz
13	Sachsen-Anhalt	Saarland	Sachsen-Anhalt	Sachsen-Anhalt

1 ohne Deutschland; 2 ohne EU; Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011 (Veranstalter):
Bevorzugte Flächen-Bundesländer Deutschlands für Veranstaltungen

Berlin bleibt die Nr. 1 - Rhein-Main schiebt sich an München vorbei auf Platz 2



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011: Bevorzugte Metropolregionen Deutschlands für Veranstaltungen

Auf den weiteren Plätzen überraschend K, HH und H

	Alle Veranstalter
1	Großraum Berlin/Potsdam
2	Rhein-Main - Frankfurt/Mainz und Wiesbaden
3	München und Münchner Umland
4	Region Köln/Düsseldorf
5	Metropolregion Hamburg
6	Ruhrgebiet
7	Region Stuttgart
8	Großraum Hannover
9	Region Dresden/Leipzig und Chemnitz
10	Rhein-Neckar
11	Metropolregion Nürnberg/Franken
12	Bremen/Bremerhaven und Oldenburg

aus D	aus EU ¹	weltweit ²
Großraum Berlin/Potsdam	Großraum Berlin/Potsdam	München und Münchner Umland
Rhein-Main - Frankfurt/Mainz und Wiesbaden	München und Münchner Umland	Rhein-Main - Frankfurt/Mainz und Wiesbaden
Region Köln/Düsseldorf	Rhein-Main - Frankfurt/Mainz und Wiesbaden	Großraum Berlin/Potsdam
München und Münchner Umland	Region Köln/Düsseldorf	Metropolregion Hamburg
Metropolregion Hamburg	Metropolregion Hamburg	Großraum Hannover
Ruhrgebiet	Großraum Hannover	Region Köln/Düsseldorf
Region Stuttgart	Region Stuttgart	Metropolregion Nürnberg/Franken
Rhein-Neckar	Region Dresden/Leipzig und Chemnitz	Region Stuttgart
Region Dresden/Leipzig und Chemnitz	Rhein-Neckar	Region Dresden/Leipzig und Chemnitz
Großraum Hannover	Metropolregion Nürnberg/Franken	Rhein-Neckar
Metropolregion Nürnberg/Franken	Bremen/Bremerhaven und Oldenburg	Ruhrgebiet
Bremen/Bremerhaven und Oldenburg	Ruhrgebiet	Bremen/Bremerhaven und Oldenburg

1 ohne Deutschland; 2 ohne EU; Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011: Bevorzugte Metropolregionen Deutschlands für Veranstaltungen

Trends & Prognosen

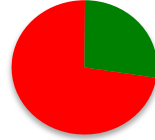
Joachim König
Präsident EVVC

Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.

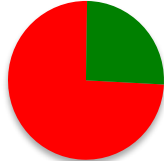
Aktuelle Themen



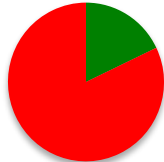
Green Meetings: der Anfang ist gemacht – aber noch Potential nach oben

	Antwort „Ja“	
Haben Sie bereits ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem in Ihrem Unternehmen integriert? [AB]	27,4 %	

Z.B. Green Globe, Ökoprofit

Wurde dies von einem unabhängigen Dritten überprüft? [AB]	25,6 %	
---	--------	---

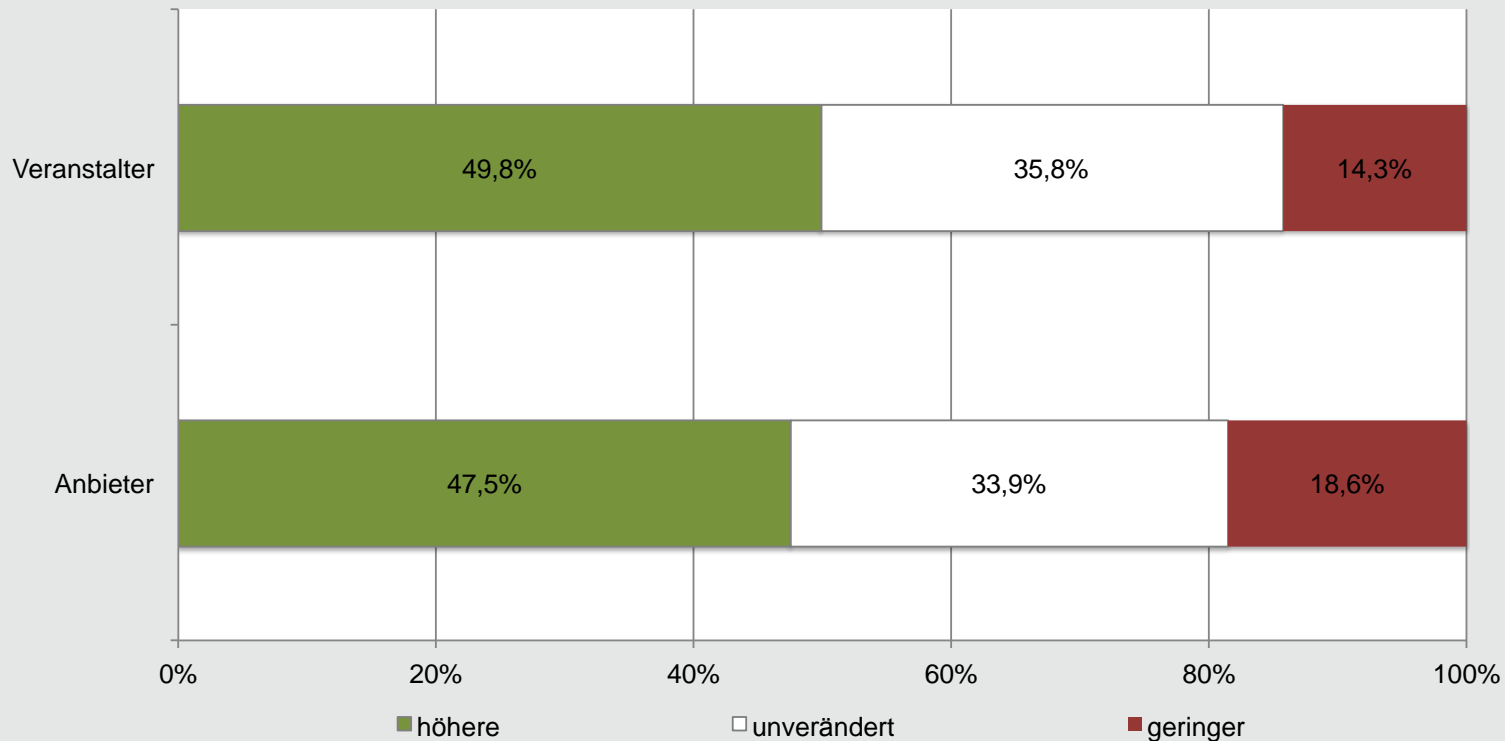
Z.B. Ökoprofit, ISO 14001

Haben Sie schon einmal "Green Meetings" angefragt und haben ein Angebot ohne Nachhaltigkeitsaspekte erhalten? [VR]	18 %	
--	------	---

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011


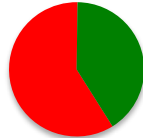
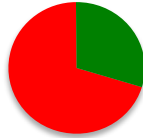

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

Anbieter und Veranstalter sind sich dabei über eine positive Zukunft von Green Meetings einig



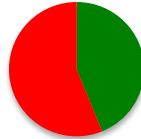
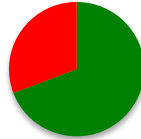
Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011: Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung folgender Veranstaltungsformen ein?

Lobbying: Anbieter brauchen die Fachverbände

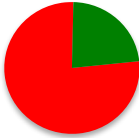



	Antwort „Ja“	
Halten Sie die politische Wahrnehmung der Kongress- und Veranstaltungswirtschaft für ausreichend? [AB]	33,5 %	
Ergreifen Sie gezielte Maßnahmen zur Verbesserung der politischen Wahrnehmung? [AB]	40,9 %	
Wenn ja, setzen Sie finanzielle und personelle Budgets hierfür ein? [AB]	29,9 %	
Halten Sie gemeinschaftliche Aktivitäten verschiedener Akteure zur Verbesserung auf der politischen Ebene für sinnvoll? [AB]	81,4 %	

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2010: Bitte sagen Sie uns Ihre Meinung zu den folgenden Aussagen

Auch die Veranstalter stimmen dem zu: Branchenwahrnehmung noch ausbaufähig

	Antwort „Ja“	
Halten Sie die politische Wahrnehmung der Kongress- und Veranstaltungswirtschaft für ausreichend? [VR]	44 %	
Halten Sie gemeinschaftliche Aktivitäten verschiedener Akteure zur Verbesserung auf der politischen Ebene für sinnvoll? [VR]	69 %	

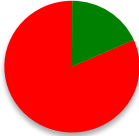
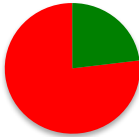
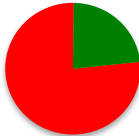
Barrierefreiheit: spielt für Veranstaltungsplaner eine große Rolle

	Antwort „Ja“	
Haben Sie einen Beauftragten für Barrierefreiheit im Haus? [AB]	23 %	
Weisen Sie auf Ihrer Webseite auf Barrierefreiheit hin? [AB]	55,9 %	
Planen Sie im Jahr 2011 Investitionen in die Barrierefreiheit über die gesetzliche Spanne hinaus? [AB]	8,3 %	
Spielt für Sie erweiterte Barrierefreiheit bei der Veranstaltungsorganisation eine Rolle? [VR]	45 %	

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT



Wissenschaftliche Veranstaltungsstätten in der Wahrnehmung der Anbieter keine Konkurrenz....

	Antwort „Ja“	
Stellen Hochschulen/Unis als Veranstaltungsstättenanbieter eine Konkurrenz für Sie dar? [AB, alle Anbieter außer Hochschulen/Unis]	18,3 %	
Haben Sie schon Veranstaltungen an Hochschulen/Universitäten verloren? [AB]	23,1 %	
Haben Sie schon Veranstaltungen gemeinsam mit Veranstaltungszentren vor Ort durchgeführt? [AB, nur Hochschulen/Unis]	23,1 %	

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011

Meeting- & EventBarometer 2011
© EITW im Auftrag von EVVC, GCB und DZT

....obwohl Veranstalter an Hochschulen Interesse zeigen



	Antwort „Ja“	
Kommen Hochschulen/Unis für Sie als Veranstaltungsstätte in Frage? [VR]	59 %	
Haben Sie schon einmal eine Veranstaltung an einer Hochschule/Uni durchgeführt? [VR]	49 %	

Statements



Im Kongress- und Veranstaltungsmarkt sind sich alle einig: Deutschlands Image wird immer besser !

Deutschlands Image als Tagungs- und Veranstaltungsdestination wird immer besser.

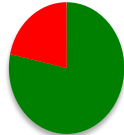

Zustimmung			
Anbieter		Veranstalter	
89,8%		92,3%	

- Hatte im letzten Jahr schon mit Abstand die positivste Bewertung aller Statements
- Hat sich dieses Jahr bei beiden Gruppen nochmals um insgesamt 10 % verbessert!

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011,
die Prozentangaben bezeichnen die Zustimmung, die durch die grünen Kreissegmente grafisch dargestellt werden.

Zukunftsaussichten: Waren es letztes Jahr noch die Hälfte, so sind heute mehr als drei Viertel der Anbieter und Veranstalter der Meinung

Die Talsohle der Wirtschaftskrise ist überschritten, ab jetzt geht es bergauf.

Zustimmung			
Anbieter		Veranstalter	
78,4%		76,9%	



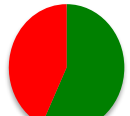

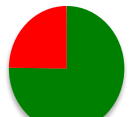

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011,
die Prozentangaben bezeichnen die Zustimmung, die durch die grünen Kreissegmente grafisch dargestellt werden.

Optimismus macht sich breit, Investitionen sind geplant

Die **Mehrwertsteuersenkung** am 1.1.2010 hat einen positiven Impuls auf den Markt gegeben.

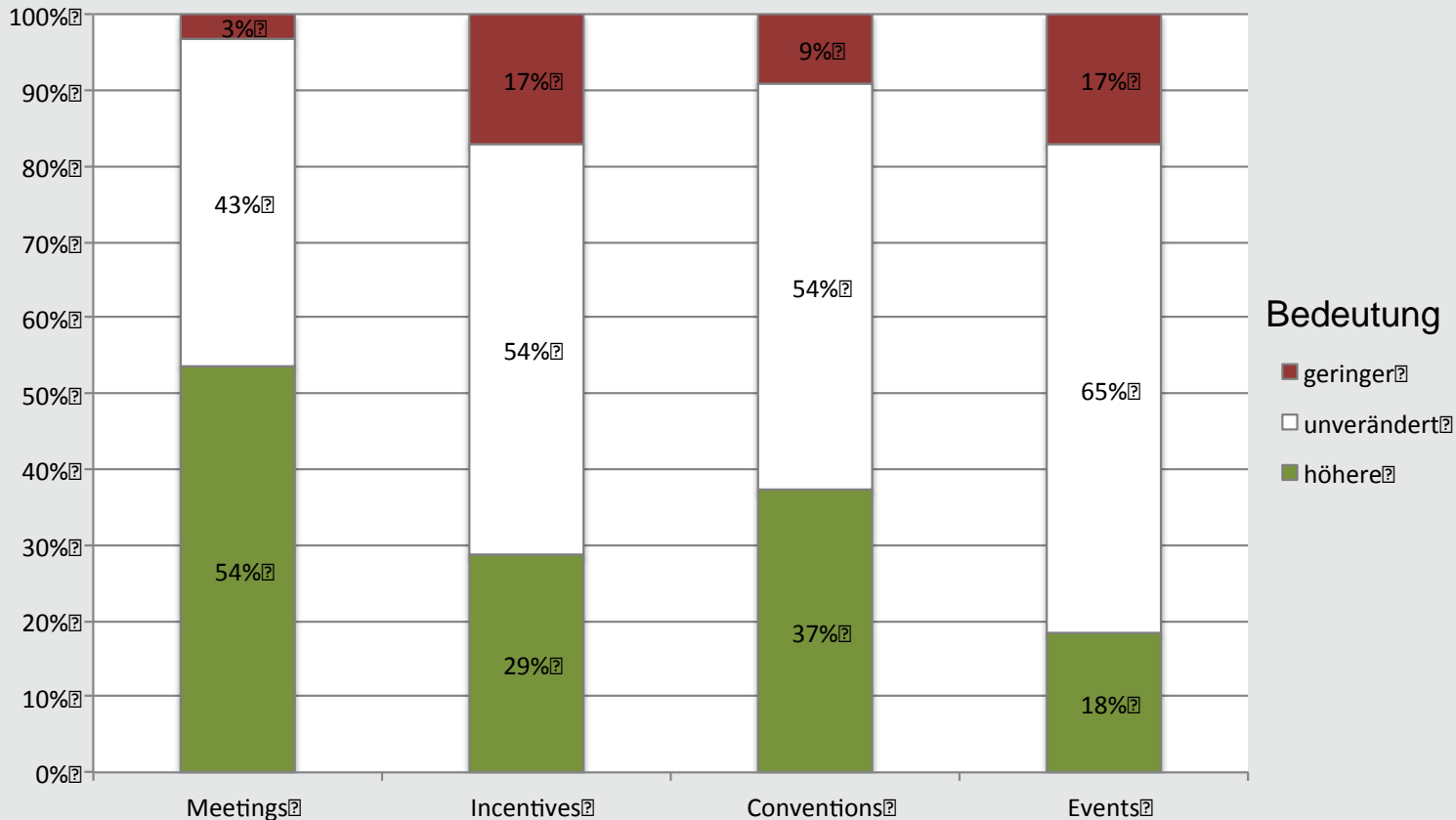
Meine am Markt zu realisierenden **Preise** werden steigen.

Wir werden 2011 in unser **Produkt (Hardware)** investieren.

Zustimmung			
Anbieter		Veranstalter	
40,8%		33,5%	
57,1%		54,5%	
75,2%		61,4%	

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2011,
die Prozentangaben beziffern die Zustimmung, die durch die grünen Kreissegmente grafisch dargestellt werden.

Positive Prognosen für Meetings und Conventions, Incentives & Events nehmen nur sehr gering zu



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2011: Wie schätzen Sie die zukünftige Bedeutung folgender Veranstaltungsformen ein?

Zusammenfassung

- Auf dem Kongress- und Veranstaltungsmarkt sind sich alle einig: Deutschlands **Image** wird immer besser!
- **Green Meetings**: ein in Deutschland etabliertes Segment mit sehr guten Zukunftsaussichten.
- **Lobbying**: Anbieter brauchen die Fachverbände - auch die Veranstalter stimmen dem zu, da die Branchenwahrnehmung noch ausbaufähig ist.
- **Barrierefreiheit** ist ein Thema der Zukunft für den Tagungsmarkt.
- Die Branche stellt fest: Die **Wirtschaftskrise** ist überwunden.
- Bei der Anzahl der **Veranstaltungen** in Deutschland wurde fast das Vorkrisenniveau erreicht, bei den **Teilnehmern** wurde dieses sogar übertroffen.

Kontaktadressen

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

