

Umfrage: Digitale Events hoch im Kurs

Viele Veranstaltungen sollen auch künftig digital stattfinden, neben technischer Ausstattung gehören Hygiene, Flexibilität und große Räume zu den wichtigsten Kriterien bei der Wahl des Seminarhotels und mehr als die Hälfte der Firmenkunden plant die Wiederaufnahme von Geschäftsreisen bis Jahresende. Dies sind einige der Ergebnisse einer aktuellen Online-Kundenumfrage, die die BWH Hotel Group Central Europe im März 2021 bei ihren Geschäftsreise- und MICE-Kunden durchgeführt hat.

Eschborn, 10. Mai 2021. Auch in diesem Jahr hat die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, zu der rund 270 individuell geführte Hotels in zehn Ländern gehören, eine Online-Kundenumfrage durchgeführt, um den aktuellen und künftigen Geschäftsreise- und MICE-Markt besser einschätzen zu können. Bedingt durch die Corona-Pandemie ist insbesondere das MICE-Segment und in großen Teilen auch der Geschäftsreisemarkt besonders betroffen. Nach nunmehr einem Jahr in der Krise ging es in der aktuellen Umfrage unter anderem um die Fragestellungen, wann Geschäftsreisen wieder verstärkt aufgenommen werden und wann mit einer Rückkehr des Tagungs- und Veranstaltungsgeschäfts zu rechnen ist. Weiterhin sollte beleuchtet werden, welche digitalen Formen in und nach der Krise gefragt sind und was die größten Herausforderungen bei der Planung und Durchführung von Veranstaltungen sowie die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl des Seminarhotels sind. An der deutschlandweiten Umfrage für die Segmente Corporate und MICE, die vom 22. bis 31. März 2021 online durchgeführt wurde, haben sich rund 300 Unternehmen beteiligt, sowohl aus dem Bereich Großkunden als auch kleine und mittelständische Unternehmen (KMU).

„Bereits im vergangenen Jahr konnten wir mit der Kundenumfrage wichtige Trends und Impulse erfassen und mit unseren Strategien den veränderten Anforderungen und Wünschen der Reisenden gerecht werden, etwa mit kurzen und flexiblen Stornierungsbedingungen. So hilft uns auch die aktuelle Umfrage dabei, Vermarktungsmaßnahmen und Chancen während und nach der Corona-Pandemie zu generieren. Zudem bemerken wir auch, dass das Thema Nachhaltigkeit stetig zunimmt, sowohl im Bereich Geschäftsreise als auch im Veranstaltungssegment“, sagt Marina Christensen, Head of Sales der BWH Hotel Group Central Europe GmbH. Thomas Zubac, Direktor MICE Desk bei der Hotelgruppe, der die Umfrage geleitet hat, ergänzt: „Die Ergebnisse der diesjährigen Umfrage bestärken uns in unseren aktuellen Strategien, einen Schwerpunkt auf neue, digitale und hybride Tagungsangebote zu legen, unter anderem mit Partnerschaften zu entsprechenden Technologieanbietern und modernster Ausstattung unserer Hotels. Dass unsere Gruppe schon im vergangenen Jahr mit ihrem umfassenden, nochmals erweiterten Hygiene- und Sicherheitsprogramm ‚We care clean‘ sowie mit absoluter Flexibilität bei Buchung und Rahmenbedingungen genau die Anforderungen der Kunden bedienen konnte, freut uns ganz besonders.“

Geschäftsreisen kommen wieder – Digitale Events und Sicherheit hoch im Kurs

Zu den wichtigsten Erkenntnissen aus der Umfrage gehört unter anderem, dass mehr als die Hälfte der Unternehmen planen, im dritten sowie vierten Quartal und damit bis Ende 2021 wieder vermehrt Geschäftsreisen durchzuführen. Weitere 30 Prozent der Befragten sehen die Zunahme an geschäftlichen Reisen im nächsten Jahr. Im Veranstaltungsbereich erwarten dagegen knapp 46 Prozent der teilnehmenden Unternehmen in 2022 wieder das Niveau aus den Jahren vor Corona zu erreichen, ein Viertel rechnet voraussichtlich erst in 2023 damit. Dass digitale Angebote während der Pandemie sowie darüber hinaus immer wichtiger werden, zeigt der Wert von rund 61 Prozent: Diesen Anteil an Präsenzveranstaltungen haben die befragten Unternehmen in Corona-Zeiten auf virtuelle Events umgestellt. Drei Viertel der Befragten wollen

auch künftig zusätzlich auf digitale Formate wie hybride Konferenzen, interaktive Foren oder Event-Streams setzen. Bei der Auswahl des passenden Seminarhotels für verschiedene Veranstaltungsarten stehen bei den Befragten folgende Kriterien besonders hoch im Kurs: Hygienekonzepte (22 Prozent), kurze Stornierungsbedingungen (21 Prozent), große Tagungsräume mit Abstand (18 Prozent) sowie gutes Internet und Technik für digitale Formate (16 Prozent). Mehr als zwei Drittel der Unternehmen zeigen sich in der Kundenumfrage der BWH Hotel Group Central Europe besonders motiviert, Präsenztage durchzuführen, wenn Schnelltests vor Ort angeboten werden. Als besonders hilfreich bei der Durchführung von Veranstaltungen im Jahr 2020 gaben gut zwei Drittel der Befragten (65 Prozent) flexible Stornierungsfristen sowie 43 Prozent die Hygienemaßnahmen von Hotels an. Als größte Herausforderungen bei der Durchführung von Veranstaltungen in den vergangenen Monaten führten mehr als die Hälfte der Umfrageteilnehmer (55 Prozent) die unterschiedlichen behördlichen Vorgaben an, gefolgt von der Angst vor Ansteckung mit Covid-19 (52 Prozent). Auch die jeweils geltenden Abstandsregeln, fehlende internationale Teilnehmer sowie Kurzarbeit spielten eine Rolle in den Entscheidungen der Unternehmen, während die Hygienevorschriften in den Hotels für mehr als 90 Prozent der Befragten verständlich und unproblematisch waren.

Folgende Pressebilder stehen für Sie zur Verfügung oder halten wir auf Anfrage bereit:

Weiteres Bildmaterial steht zum Download bereit unter:

www.bestwestern.de/Bildmaterial

Über BWH Hotel Group:

*Die BWH Hotel Group ist eine internationale Hotelgruppe mit Hauptsitz in Phoenix/Arizona und das Markendach für die drei weltweiten Markenfamilien Best Western Hotels & Resorts, WorldHotels Collection und SureStay Hotel Group mit einem globalen Netzwerk von rund 4.700 unabhängigen Hotels in rund 100 Ländern weltweit. * Insgesamt gehören zur Markenfamilie BWH Hotel Group weltweit 18 Hotelmarken, die die Anforderungen und Bedürfnisse von Hotelentwicklern und Gästen in aller Welt erfüllen: Best Western, Best Western Plus, Best Western Premier, Executive Residency by Best Western, Vib, GLo, Aiden, Sadie, BW Premier Collection und BW Signature Collection sowie WorldHotels Luxury, WorldHotels Elite, WorldHotels Distinctive und WorldHotels Crafted. Zudem ergänzen die Marken Sure Hotel, Sure Hotel Plus, Sure Hotel Collection und Sure Hotel Studio das Portfolio der Gruppe. ** Diese Marken-Diversität bietet Hotelbetreibern, Entwicklern und Investoren die Möglichkeit, das passende Markenkonzept aus dem Markenangebot von drei eigenständigen Markenfamilien auszuwählen. Gleichzeitig erleichtert das breitgefächerte Portfolio dem Reisenden die Hotelauswahl. Alle Hotels unter dem Dach der BWH Hotel Group weltweit sind unternehmerisch unabhängig und individuell geführt. Die BWH Hotel Group bietet Hoteliers weltweit operative Dienstleistungen sowie Vertriebs- und Marketing-Unterstützung sowie mehrfach ausgezeichnete und preisgekrönte Online- und mobile Buchungsmöglichkeiten und die Kundenbindungsprogramme Best Western Rewards und WorldHotels Rewards.*

Die BWH Hotel Group Central Europe GmbH, vormals Best Western Hotels Central Europe GmbH, mit Sitz in Eschborn betreut insgesamt rund 270 Hotels in den zehn Ländern Deutschland, Kroatien, Liechtenstein, Luxemburg, Österreich, Slowakei, Slowenien, Schweiz, Tschechien und Ungarn unter dem gemeinsamen Unternehmensdach. Neben dem deutschen Hauptsitz in Eschborn gibt es ein regionales Länderbüro in Wien, Österreich. Alle Tagungs-, Stadt- und Ferienhotels der Gruppe und der verschiedenen Marken garantieren weltweit einheitliche Qualitätsstandards und behalten gleichzeitig ihren individuellen Stil und ihre

Eigenständigkeit.

Als Dienstleistungspartner von Hotels verfolgt die BWH Hotel Group das Ziel, den wirtschaftlichen Erfolg und die Wettbewerbsfähigkeit der Partnerhotels zu steigern. Über den Markenanschluss profitieren die einzelnen Hotels von den umfassenden Marketing- und Verkaufsaktivitäten für alle relevanten Marktsegmente und Zielgruppen. Für alle Marktsegmente werden modernste Vertriebs- und Kommunikationswege bereitgestellt. Alle Hotels sind über elektronische Distributionssysteme in den weltweiten Reservierungssystemen sowie im Internet und Partner optimal präsentiert und buchbar. Außerdem profitieren Hotels von dem stetigen Ausbau der eigenen Vertriebskanäle und der Social Media Aktivitäten, strategischem Revenue Management, eigenen Reservierungszentralen, Qualitätsberatung und einem umfassenden Schulungsangebot. Die Loyalitätsprogramme für Vielreisende, Best Western Rewards und WorldHotels Rewards, mit weltweit mehr als 40 Millionen Mitgliedern, gehören zu den größten Kundenbindungsprogrammen der Reisebranche. Weitere Informationen: www.bwhhotelgroup.de und www.bestwestern.de

** Die Zahlen sind Schätzwerte, die schwanken können und Hotels beinhalten, die sich derzeit in der Entwicklungspipeline befinden.*

***Alle Hotels der Marken Best Western, WorldHotels und Sure Hotels sind privat geführt und werden unabhängig betrieben. Außerhalb von Europa werden die Hotels der Marken Sure Hotels mit dem Namen SureStay geführt.*

Weitere Informationen und Pressekontakt:

BWH Hotel Group Central Europe GmbH

Deutschland | Kroatien | Liechtenstein | Luxemburg | Österreich | Slowakei | Slowenien | Schweiz | Tschechien | Ungarn

Anke Cimal, Head of Corporate Communications

Tina Weik, Senior Manager Corporate Communications

Frankfurter Straße 10-14, 65760 Eschborn, Deutschland

Tel. +49 (61 96) 47 24 -301, Fax +49 (61 96) 47 24 129

E-Mail: presse@bwhhotelgroup.de

Internet: www.bwhhotelgroup.de www.bestwestern.de/presse