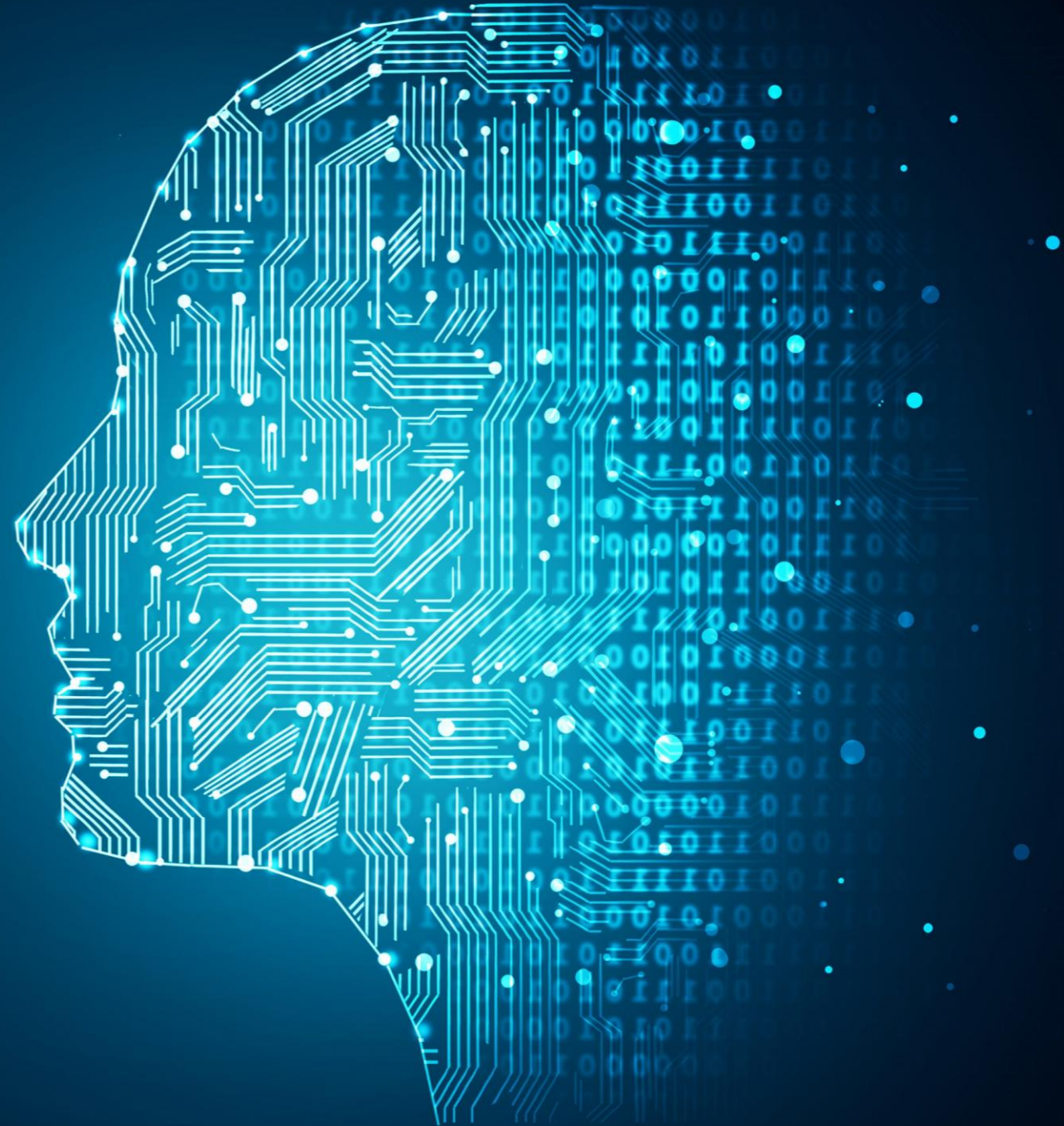




QUALITY RESERVATIONS

Geschäftsreise- und MICE-Markt im Wandel:

Werde einer der Ersten, die davon profitieren!





1. Geschäftsreisemarkt

- Entwicklungen
- Herausforderungen & Trends
- GDS-Repräsentation für weltweite Gäste
- Partnerschaften pflegen & ausbauen

2. MICE

- Entwicklungen und Trends im MICE-Segment
- Best Practices im MICE-Segment für die Hotellerie

3. Marketing gezielt nutzen

4. Q&A

Entwicklungen im Geschäftsreisemarkt

-45%

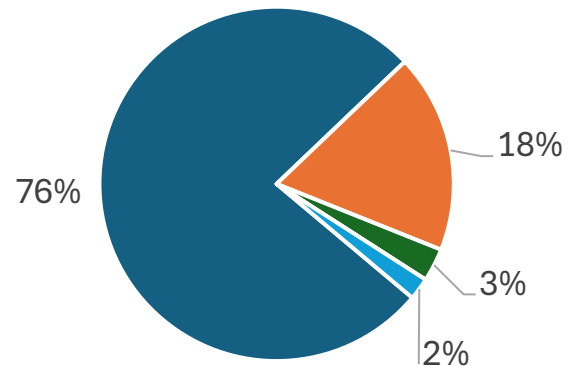
Weniger Geschäftsreisen in 2024 als in 2019

+2%

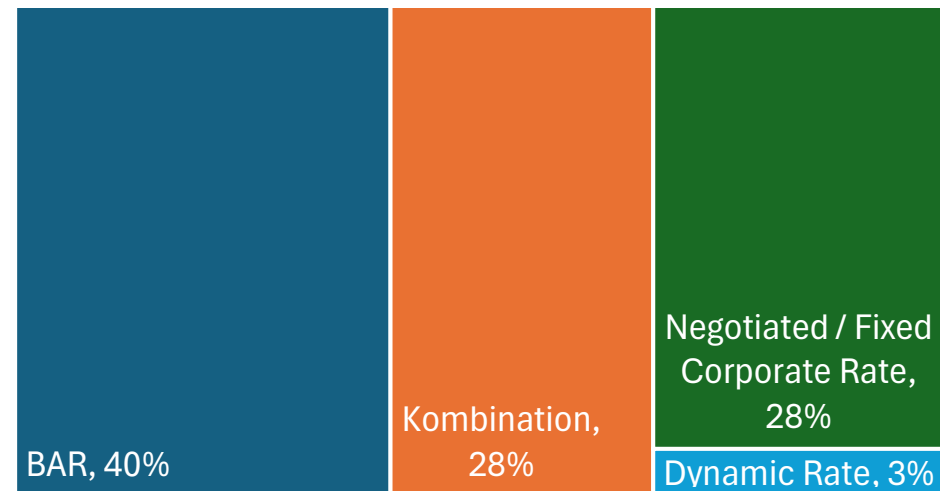
Kostensteigerung der Geschäftsreisen in 2024 zu 2023

65% Inlandsreisen

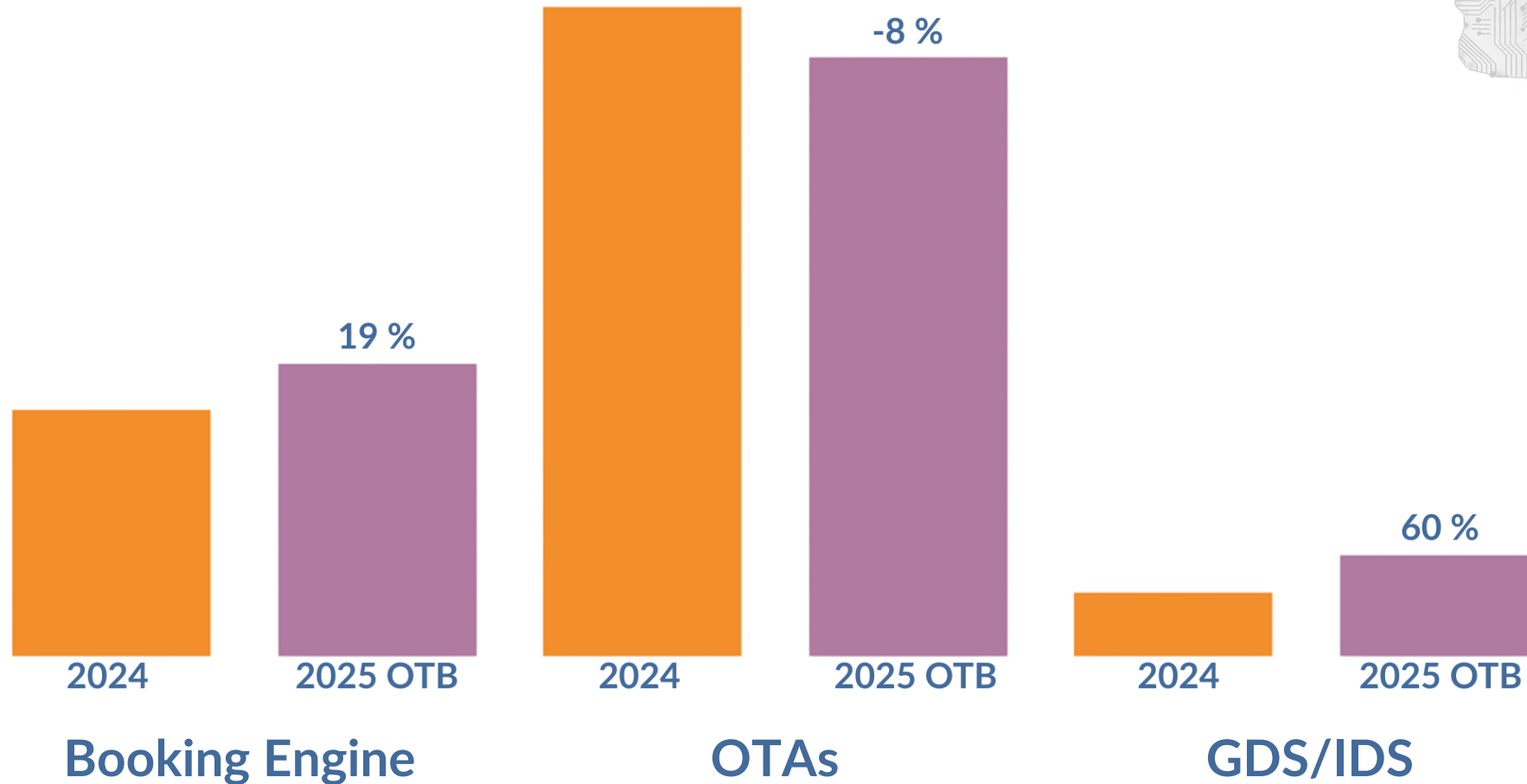
35% Auslandsreisen



Ratenkategorien der Hotel-Buchungen:



Entwicklungen nach Kanal



Der Geschäftsreisemarkt im Wandel



Trends & Ausblick:

- Wandel von Volumen zu „Purpose“
 - Generationswechsel: Millennials & Gen Z reisen am aktivsten
 - erhöhter Technologieeinsatz
 - Nachhaltigkeit
 - Mitarbeiterzufriedenheit
 - Sicherheit & Fürsorgepflicht gewinnen an Bedeutung
- *weniger, aber längere Reisen*
 - *flexible Angebote und Self-Service-Technologien (oftmals unmanaged)*
 - *KI-gestützte Planung & Personalisierung*
 - *CSR Berichtspflicht, transparente Emissionsdaten*
 - *Individualisierung, Bleisure & Workation*
- **Unmanaged Business erkennen, Chancen nutzen und Partnerschaften ausbauen**

Perfekt aufgestellt in jedem Gästesegment



Weltweite Gäste & Business-Segment

Repräsentation in den Global Distribution Systemen (GDS)

Business- & Leisure-Segment

Moderne und nutzerfreundliche Booking Engine

Leisure-Segment

leistungsstarker Channel Manager für die Anbindung von >400 OTAs

GDS-Repräsentation

für weltweite Gäste und nachhaltige Partnerschaften

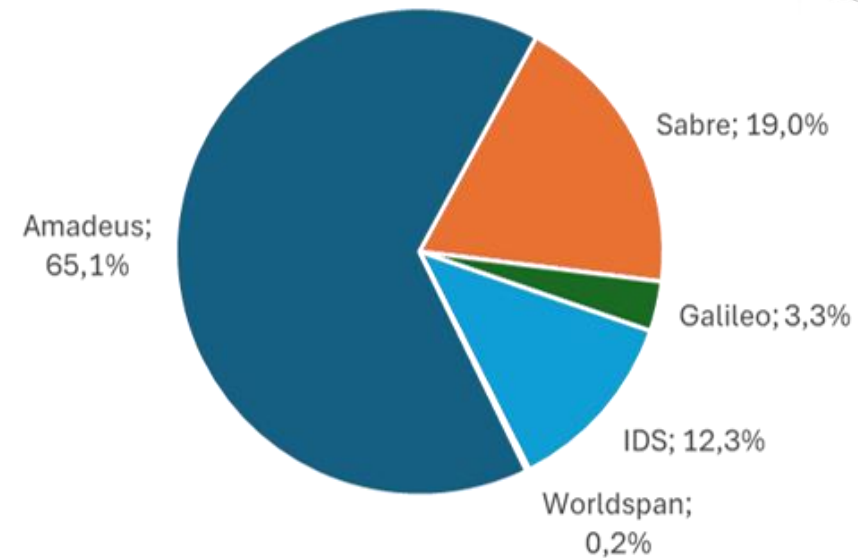
Globales Distributions System (GDS):

- Weltweites Reservierungssystem
- Zugriff für Reisebüros und Online-Buchungsmaschinen
- Echtzeitinformationen von Fluggesellschaften, Hotels, Autovermietungen, Kreuzfahrten, Bahntickets und Touren

Die 3 wichtigsten GDS:

1. Amadeus
2. Sabre
3. Travelport (Galileo, Worldspan und Apollo)

GDS-Verteilung Deutschland:



80% Geschäftsreisen

20% Freizeitreisen

Quelle: Quality Reservations, 29.05.2025

Die Basis für den Vertrieb

Aktuelle Hotelinformationen

Flexible Buchungskonditionen

Individuelle Angebote
für unterschiedliche Märkte

Parität über alle Kanäle

Aktuelle, emotionale Bilder

Dauerhafte, wertvolle
Partnerschaften

Mitbewerber im Blick behalten

Cvent - Travel Manager Report 2024:

Ich bevorzuge Hotels, die Nachhaltigkeitsprogramme eingeführt haben



22%

Amadeus Global Travel Agent Report:



Q: When a hotel property does not offer full GDS rate parity, do you actively book away from that hotel property?

Partnerschaften pflegen & ausbauen



Consortia-Partnerschaften

- Erhöhte Sichtbarkeit durch präferierte Listung national & international
- Erhöhtes Buchungspotenzial
- Zugang zu neuen Firmenkunden

Firmen-Partnerschaften

- höheres Buchungsvolumen, durch die Bündelung der Geschäftsreisen der Firmen
- Dauerhafte Partnerschaften
- Fixe Raten über das gesamte Jahr, Blackouts-/Fair Dates fest verhandelt
- Potenzial für den MICE-Bereich, da die Firma Ihr Haus bereits kennt
- Raten sind nicht kommissionierbar

Anforderungen der Travelmanager



Verhandlungs-Saison 2025 mit Cvent:

- 547 Firmen verhandeln mit Hotels in Deutschland
- 95% der Firmen ließen LRA-, & NLRA-Raten zu
 - 81% der Verträge wurden mit LRA-Raten abgeschlossen
 - ~20% der Firmen akzeptierten dynamische Raten

Welche Faktoren bewegt das Travelmanagement einen RFP einzureichen:

- 🌐 Standort – 33%
- 👥 Tagungsmöglichkeiten im Hotel – 24%
- 🌐 Technische Möglichkeiten (virtuelle Meetings, WIFI, Anschlussmöglichkeiten) – 24%

Tipp: Inklusivleistungen anbieten

- High-Speed WLAN
- Frühstück
- E-Ladestation für Dienstwagen
- Wellness Angebote
- Flexible Check-in/out-Zeiten

RFP-Plattformen strategisch nutzen



Aktuelle & vollständige
Hotelinformationen

Frühzeitige Angebotsabgabe

Aktuelle, emotionale Bilder

Flexible
Buchungskonditionen
bieten

Kommunikation der
Nachhaltigkeitsmaßnahmen

konsistente Kommunikation
fördert Loyalität

Best Practices im Geschäftsreisemarkt



Entwicklungen & Trends im MICE-Segment

30%

der Mice-Planer sagen, ihr Event-Budget sei 2025 geringer

24%

der Planer erwarten weniger Events in 2025

42%

der Planer sehen das Problem in den steigenden Kosten

207€

Betrugen die Tagungskosten pro Teilnehmer u. Tag 2024 (+33€ zu 2023)

Trends:

- Verändertes Buchungsverhalten: kurzfristiger & flexibler
- Hybride Veranstaltungen
- KI & Automatisierung in Eventplanung
- Noch stärkerer Fokus auf ROI & ROX (Return on Experience)
- Experience First: Gamification, Mixed Reality Erlebnisse, Work-Life-Balance als Eventbestandteil
- Nachhaltigkeit & Barrierefreiheit

➤ Technologien nutzen, schnelle Reaktionszeit, konsistente Kommunikation, Sichtbarkeit erhöhen

Best Practices im MICE-Segment für die Hotellerie



Dynamische Preisgestaltung

Reduzierte Pauschalen

Frühbucher-Rabatte

Mehrwerte durch
Zusatzleistungen

Standardisierte Pauschalen

Off-Peak- & Last-Minute-
Angebote

Marketing gezielt einsetzen

Consortia-Partnerschaften

- Erhöhte **Sichtbarkeit** durch präferierte Listung national & international
- Erhöhtes Buchungspotenzial
- Zugang zu **neuen Firmenkunden**

GDS Marketing

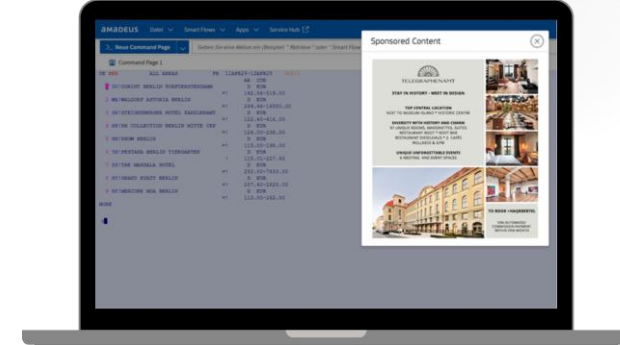
- **GDS-Marketing** mit Zielgruppen-Targeting pro Kanal und Nationalität
- Sichtbarkeit im Buchungsprozess bei **Flug- und Hotelsuche**
- Ausspielung bei bis zu **3,5 Mio. Reisebüro- und Reisestellenagenten**

Newsletter

- Beträge in branchenrelevanten Newslettern
- Präsentation von **Besonderheiten und Neuheiten** im Hotel

Social Media

- **Markenbildung, Kundenbindung und Vertrieb**
- LinkedIn für B2B Kontakte
- Instagram zur bildlichen Präsentation (Räume, Events, Stimmung)





Vorbereitet in die neue Verhandlungssaison!

- ✓ Präsenz im GDS und auf RFP-Tools
- ✓ Informationen und Bilder regelmäßig aktualisieren
- ✓ Nachhaltigkeit klar kommunizieren
- ✓ Flexible Angebote bereitstellen
- ✓ Technologien, z. B. KI integrieren
- ✓ Kreative Event-Formate einplanen
- ✓ Kundenbindung durch Mehrwerte & Services stärken
- ✓ Marketingmöglichkeiten strategisch nutzen

Q&A

Questions & Answers



Angela Friedrichs-Özdemir
Quality Reservations,
Director Operations, ppa.



Kim Laura Sommer
Quality Reservations,
Senior Consultant Contracting

