

## Schlussbericht

Blatt 1 von 4

# Flagge gezeigt

„Vielleicht spart die Wirtschaftskrise den Gruppenreisemarkt aus.“ Das Prinzip Hoffnung, das bei Beginn des 35. RDA-Workshops die Runde machte, entsprach offenbar der Sichtweise der 10 989 Einkäufer. Trotz schwieriger Zeiten, und anders als Skeptiker vorher wähten, zog das Aufkommen mit dem im Vorjahr gleich, „fast auf den Punkt genau“, wie GmbH-Geschäftsführerin Karin M. Kohls herausstrich: 4 015 Besucher am ersten Messetag, 5 675 am zweiten und 1 299 am dritten – bis zum Mittag. Letztlich dürften es also noch ein paar mehr gewesen sein.

78,9 % davon kamen aus dem Inland – 21,1 % aus dem Ausland. Das Verhältnis vier zu eins hatte Bestand, nicht allein im Vergleich zu 2008, sondern ebenso gegenüber dem Mittelwert der zurückliegenden zehn Jahre. Dito unverändert die Rangfolge der wichtigsten Einzugsräume: 57,6 % der deutschen Besucher gaben an, in den drei Bundesländern mit dem größten Unternehmensbestand zuhause zu sein, in Bayern, Baden-Württemberg und Nordrhein-Westfalen. Ergiebigste Drittländer waren wieder Österreich, Belgien, die Niederlande und die Schweiz; hierauf entfielen 53,7 % des Auslandspublikums. Eine Überraschung am Rand war das Mehr an dänischen Besuchern; ihr Anteil wuchs am stärksten auf jetzt immerhin 3,2 %. Drei von vier Einkäufern nahmen Reisewege von mehr als 150 km in Kauf, ein hoher Wert, in dem sich die Attraktivität des RDA-Workshops widerspiegelte.

„Wir haben die Wende geschafft“, meinte dann auch der Vorsitzende des GmbH-Beirats, Manfred Schürmann. Vor dem Hintergrund eines rückläufigen Potenzials in der Kernzielgruppe wäre die Besucherzahl absolut respektabel. „Die Zahl der Busreiseveranstalter hat sich in den vergangenen Jahren um knapp ein Fünftel verringert.“ Die wertmäßig quasi unveränderte Nachfrage würde sich auf weniger Unternehmen konzentrieren, und „das macht’s den Ausstellern nicht leichter.“ Hinzu käme, dass mehr Betriebe kooperieren, wenn nicht fusionieren. Laut Besucherumfrage dehnte sich der Kreis für Allianzen tätiger Einkäufer gegenüber 2008 sogar sprunghaft aus. 24,1 % (+6,6 %) rechneten ihre Firma einem so oder so gearteten Verbund zu. „Mithin ist der Kuchen nicht kleiner geworden, nur anders als früher wird er in weniger, dafür aber größere Stücke portioniert“, so Kohls.

Ebenfalls auf Vorjahrsniveau bewegten sich die Ausstellerzahlen. Die 1 149 Anbieter tendierten allerdings zu kompakteren Ständen, was für Kohls „mit Blick auf Wirtschaftslage und insofern begründete Vorsicht“ nachvollziehbar war. Die belegte Bruttofläche reduzierte sich dadurch um 2 000 m<sup>2</sup>. Ironie des Schicksals: So bereitete es weniger Probleme, den erneut strengeren Sicherheitsbestimmungen nachzukommen und zum Beispiel die breiten „Quer-Boulevards“ in der Mitte beider Hallen einzuplanen. Doch selbst auf verringerter Fläche blieb das Sortiment unverändert breit: Die Aussteller verkörperten über 50 Branchen und thematisierten mehr als 55 Reiseländer. Einmal mehr wurde der RDA-Workshop somit dem Anspruch gerecht, den die Organisatoren auch in diesem problembehafteten Jahr 2009 an sich gestellt hatten. Die Leitmesse zeigte Flagge und behauptete souverän ihren Spitzenplatz als Informations- und Orderplattform für Gruppenreiseunternehmen in ganz Europa.

Die Besucher sahen es ganz ähnlich: 91,5 % testierten, die Breite und Tiefe der Themen- bzw. Angebotspalette hätte ihren Erwartungen „im großen und ganzen“ oder „sehr gut“ entsprochen. Eingegrenzt auf die klassische Kernzielgruppe Busreiseveranstalter äußerten sich sogar 94,1 % höchst-/zufrieden – und hier vor allem die Gruppe der Inhaber und Gesellschafter (97 %). Nur wer positiv angetan ist, kommt wieder; darum lässt auch die Besuchsabsicht in 2010 auf die Zufriedenheit mit dem zurückliegenden Workshop schließen. 88,1 % waren sich bereits sicher oder nannten es wahrscheinlich, im nächsten Jahr erneut nach Köln zu fahren. Noch etwas deutlicher fiel das Echo der Veranstalter aus: 90,9 % der Bus- und 89,8 % der übrigen Reiseanbieter äußerten, in zwölf Monaten dabei sein zu wollen.

Die Besucherstruktur glich dem langjährigen Bild. Reiseunternehmen im engeren Sinn steuerten 76,4 % und damit den Löwenanteil bei. Der Anteil der Busreiseveranstalter ging allerdings leicht zurück (42,9 %), während andere Gruppenreiseveranstalter/Reisebüros etwas stärker vertreten waren (33,5 %). Die Binnenverlagerung spiegelte ihrerseits die Entwicklung der Potenziale – siehe oben. Für 11,4 % des Zulaufs sorgte wie gehabt die Hotellerie. Am Rand, das Gastgewerbe tritt auf dem RDA-Workshop durchaus als Einkäufer auf, zum Beispiel um die für Arrangements benötigten Fremdleistungen zu beschaffen.

85,0 % der Besucher waren befugt zu entscheiden. Gegenüber 2008 kletterte die Quote nochmals um 2,8 %. Der Zuschnitt der potenziellen

Gesprächspartner kam den Erwartungen der Aussteller mehr denn je entgegen. Konform damit resümierte der Touristische Ausschuss des RDA, sozusagen das Interessensorgan der Anbieter, qualitativ sehr ansprechende und im Ergebnis effektive Messekontakte. Die stärkste Gruppe unter den Entscheidern bildeten die – vermehrt präsenten – Inhaber/Gesellschafter (41,5 %). Geschäftsführer und Disponenten, zwei etwa gleich große Schichten, summierten sich zu 43,5 %.

Ungewissheit, ja, Nervosität löste im Vorfeld eine Frage aus: Würden sich die Einkäufer auf „Kontaktpflege“ beschränken? Oder würden sie der gesamtwirtschaftlichen Skepsis trotzen und im gehabten Umfang ordern? Die Sorge war unbegründet. Zur Überraschung aller nahm die Bereitschaft zu buchen sogar merklich zu, jedenfalls prinzipiell: 86,1 % aller Besucher – zum Vergleich: 80,7 % in 2008 – gaben an, Aufträge vergeben zu wollen. 34,9 % (+5,8 % gegenüber dem Vorjahr) hatten zum Interview-Zeitpunkt bereits gehandelt. 51,3 % waren noch damit befasst, Angebote zu sondieren, aber definitiv entschlossen, Optionen oder Order zu erteilen. Insoweit von Zurückhaltung keine Spur. Allein das Dispositionsverhalten verriet eine gewisse Vorsicht: Die Einkäufer platzierten mehr Aufträge für den Herbst, die anstehende Winter- und die nächstjährige Sommersaison (bis zu +6,6 %) – jedoch weniger für Reisezeitpunkte darüber hinaus (bis zu -3,1 %). Das größte Interesse galt wie immer der nächsten Sommersaison: 81,4 % derjenigen, die Buchungen planten, sahen sich dazu nach Angeboten um.

Alljährliches Diskussionsthema ist und bleibt der Messe-Termin. Drei Viertel der Besucher, sprich, die überwältigende Mehrheit, befanden den Zeitpunkt „Anfang August“ als richtig. Indes: Das Meinungslager, das für einen früheren Termin votiert, erhielt Zulauf – der Anteil stieg um deutliche 8,1 % auf aktuell 22,0 %. Crux dabei sind allerdings die Ansichten, wie weit die Messe vorverlegt werden soll. Das Spektrum reichte, gleichmäßig verteilt, von März bis Juli. Immerhin, einem Teil der Befürworter dürfte der Zeitpunkt des nächsten RDA-Workshops behagen: Wegen einer Großveranstaltung und dadurch verursachter Engpässe wird die Neuauflage 2010 schon in der letzten Juli-Woche stattfinden. Falls sich der Termin bewährt, könnte es auch in künftigen Jahren dabei bleiben.

Datum: 18.08.2009  
Zeichen: 6113  
Rückfragen: Michael Fleischhauer, +22 48 20 35  
Bildmaterial: auf Anfrage