

# Potenciál německého trhu pro MICE v ČR

## VERZE PRO MEDIALIZACI

**Srpen 2023**

# Spontánní asociace s Českou republikou



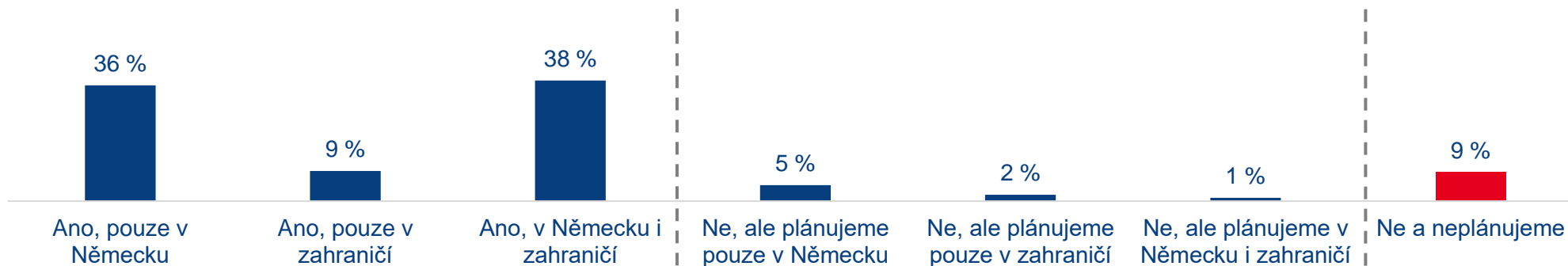
- Když se zástupci německých společností spontánně zamýšlí nad asociacemi spojenými s Českou republikou, nejčastěji se jim vybaví **Praha** (14 %) a **kultura** (11 %).
- Kromě toho často zmiňují také **pivo** (10 %) a **krásu české přírody** (9 %).
- Firmy, které působí pouze v Německu, si častěji spojí Českou republiku s jinakostí jazyka, kterému nerozumí (10 %).
- Zástupci mezinárodních firem, které mají sídlo v Německu, častěji zmiňují, že Česká republika je cenově výhodná (14 %).
- Střední firmy s 250 až 499 zaměstnanci si častěji spontánně vybaví Prahu jako symbol České republiky (27 %).

Báze: n=202

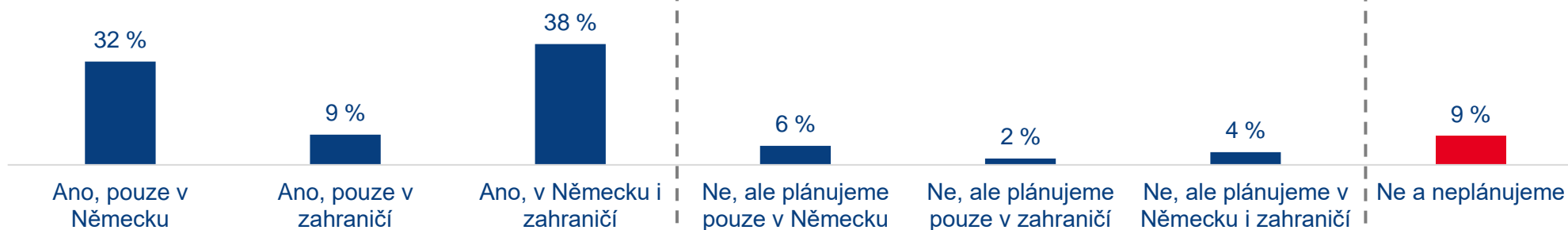
Otázka: A1. Co Vás napadne, když se řekne Česká republika?

# Pořádání kongresového a incentivního turismu

## Kongresový turismus



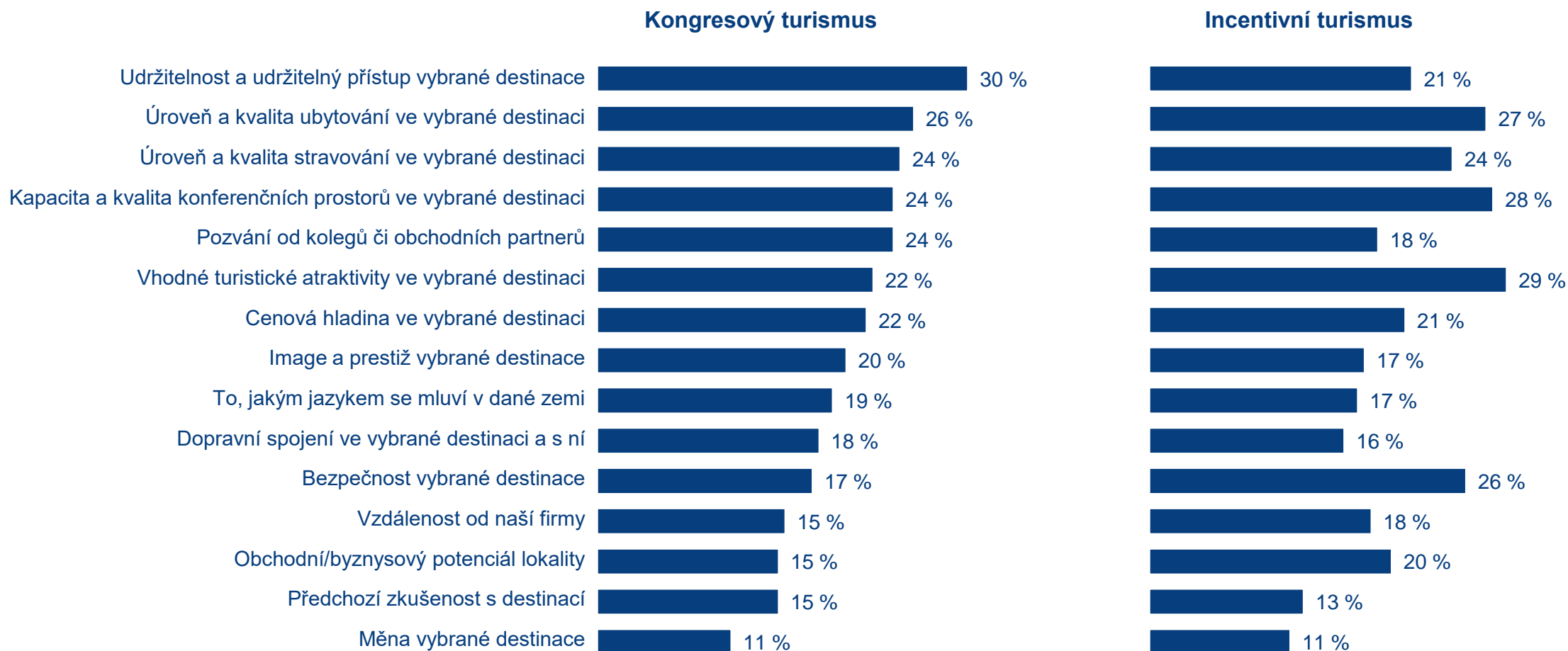
## Incentivní turismus



Báze: n=202

Otázka: K1. Pořádáte jako firma kongresový nebo incentivní turismus?

# Rozhodující faktory při plánování



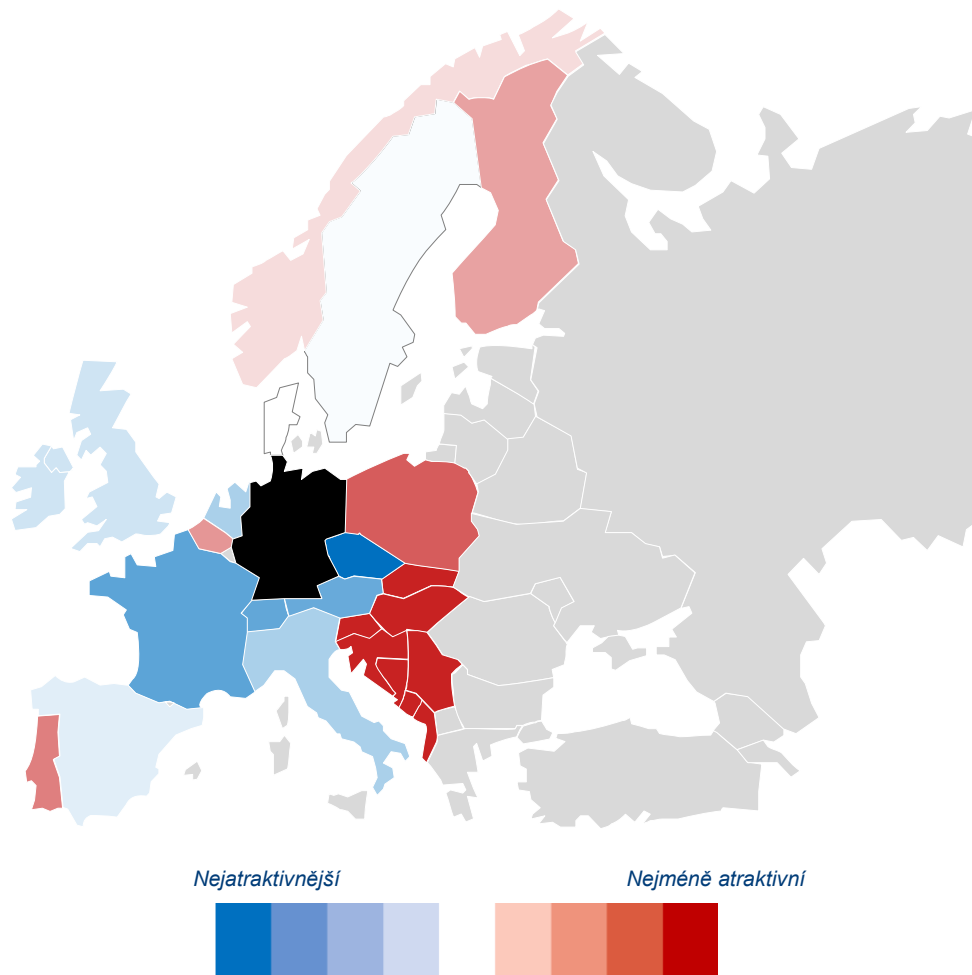
Báze: n=184 (firmy, které alespoň plánují kongresový či incentivní turismus)

Pozn.: Možnost výběru více možností

Otázka: K3. Co jsou rozhodující faktory pro Vaši firmu při plánování:

# Kongresový turismus - detail

## Nejatraktivnější evropské země pro kongresový turismus

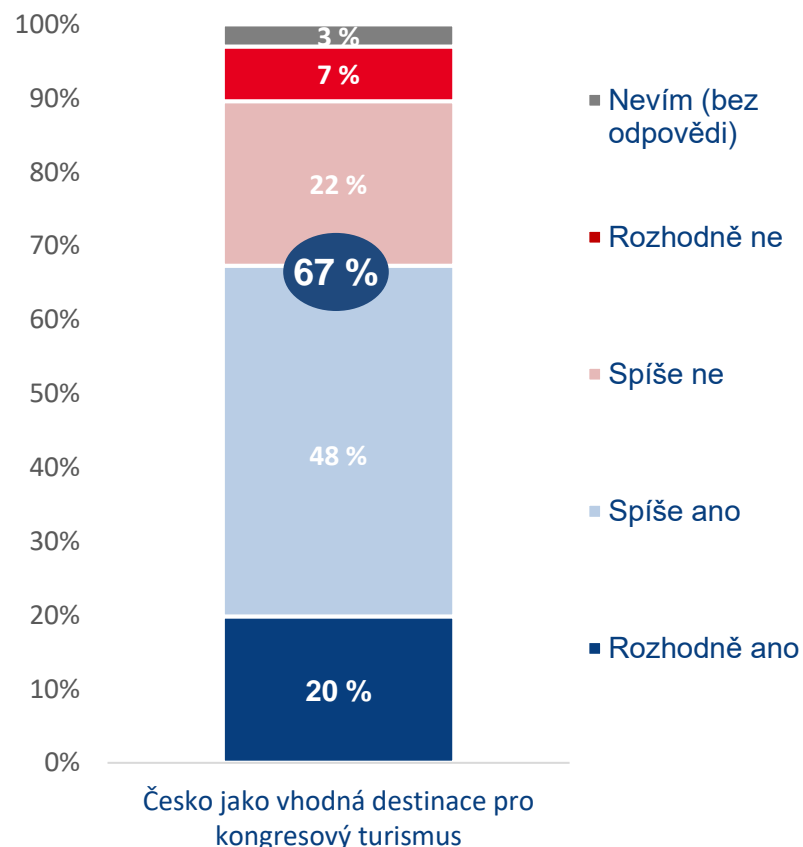


- Česká republika přijde atraktivní **35 %** všech firem, a umístila se tak na **prvním místě atraktivity**.
- Největší firmy s více než 1000 zaměstnanci nejraději realizují kongresové akce ve Francii; země přijde atraktivní 52 % z nich. Naopak méně atraktivnější jim přijde Česká republika (15 %).
- Těm firmám, které se ještě nezúčastnily kongresové akce, ale plánují ji v ČR, přijde Česká republika atraktivnější (49 %).
- Nadpoloviční počet firem s obratem od 5 do 20 milionů eur přijde Česká republika jako atraktivní místo pro kongresový turismus.
- Firmy s obratem nad 200 milionů eur častěji preferují Španělsko (43 %) a Rakousko (52 %).

Báze: n=202

Otázka: K4. Jaké evropské země jsou pro Vás atraktivní s ohledem na: ~ Kongresový turismus

# Česko jako vhodná destinace pro kongresový turismus

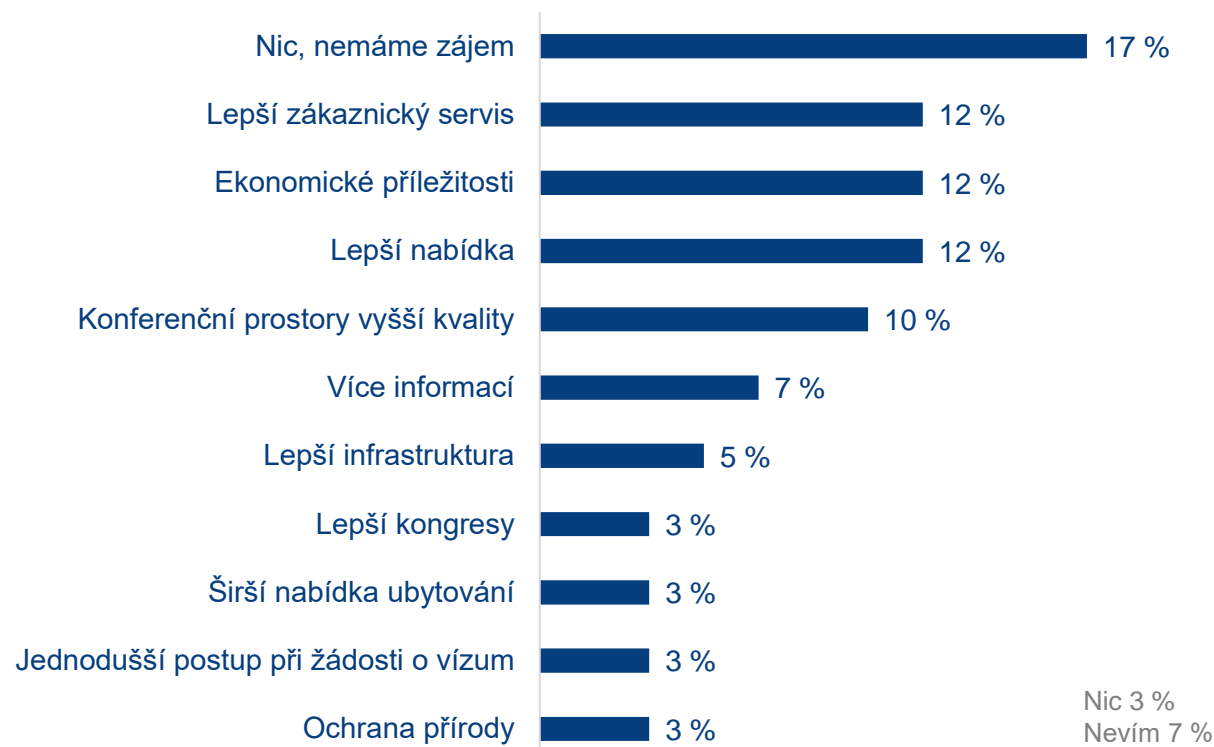


Pozn.: Číslo v ● značí T2B = součet „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“

Báze: n=202

Otázka: M1. Vnímáte Českou republiku jako vhodnou destinaci pro: ~ Kongresový turismus; M2. Co by změnilo Váš názor, abyste Českou republiku vnímal/a jako vhodnou destinaci pro ~ Kongresový turismus

## Faktory, které by mohly změnit vnímání České republiky jako vhodného místa pro kongresový turismus



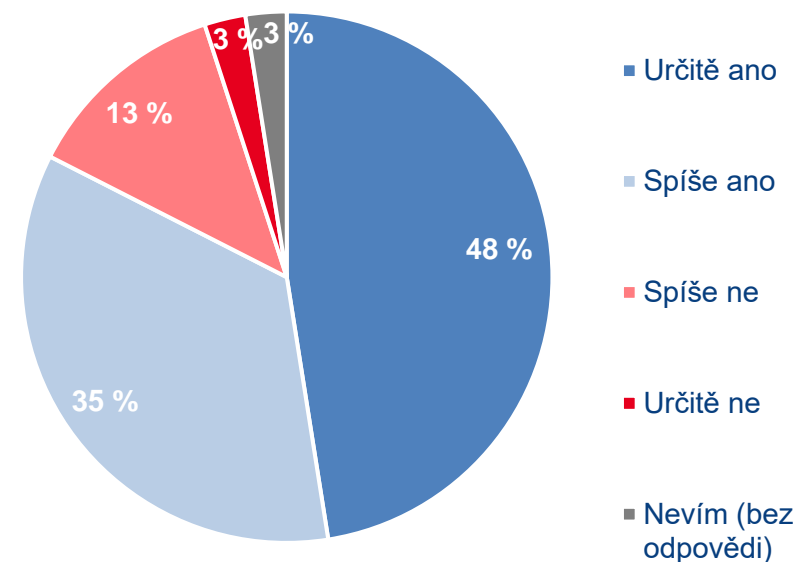
n=60, ti, které uvedli, že ČR není vhodnou destinací pro kongresový turismus.

# Realizování akce v rámci kongresového turismu v ČR

## Důvody realizování akce v ČR



## Plánovaná opakovaná realizace akce v ČR

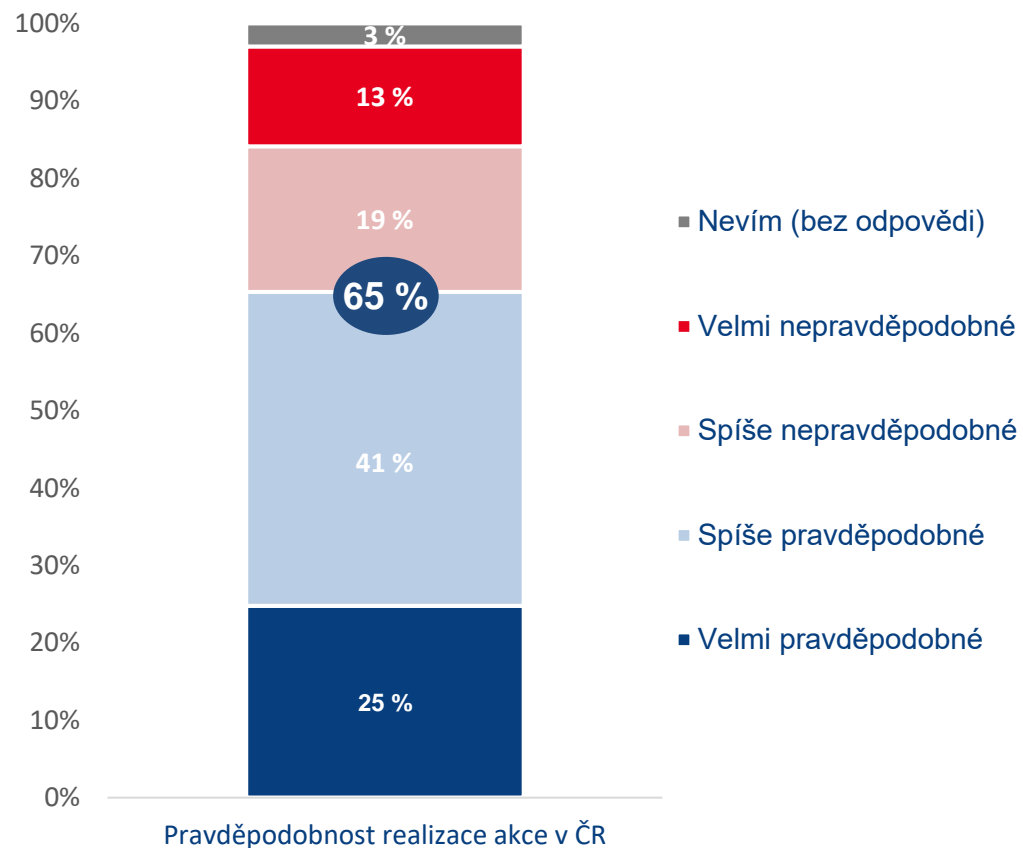


Báze: n=40, ti, kteří zrealizovali akci v ČR

Otázka: A5\_1. Z jakých hlavních důvodů jste realizoval/a akci v České republice v rámci: ~ Kongresového turismu, A6\_1. Plánujete realizaci akce v České republice v budoucnosti zopakovat v souvislosti s: ~ Kongresovým turismem



# Pravděpodobnost uspořádání kongresové akce v České republice v nadcházejících dvou letech



- 65 % německých firem, uvádí, že je pravděpodobné, že v následujících dvou letech zrealizují akci v souvislosti s kongresovým turismem.
- Přes 40 % společností se 100 až 249 zaměstnanci uvádí, že velmi pravděpodobně zrealizují takovou akci. Naopak velké firmy s více než 1000 zaměstnanci častěji uvádí, že je velmi nepravděpodobné.
- Společnosti, které již uspořádaly kongresovou akci v České republice, častěji uvádí, že pravděpodobnost akce v následujících dvou letech je vyšší.
- Lidé s rozhodovacími pravomocemi pro organizování událostí a akcí častěji hodnotí pravděpodobnost uspořádání takových akcí jako vyšší v následujících dvou letech, oproti těm, kteří se na rozhodování o těchto akcích pouze spolupodílejí.

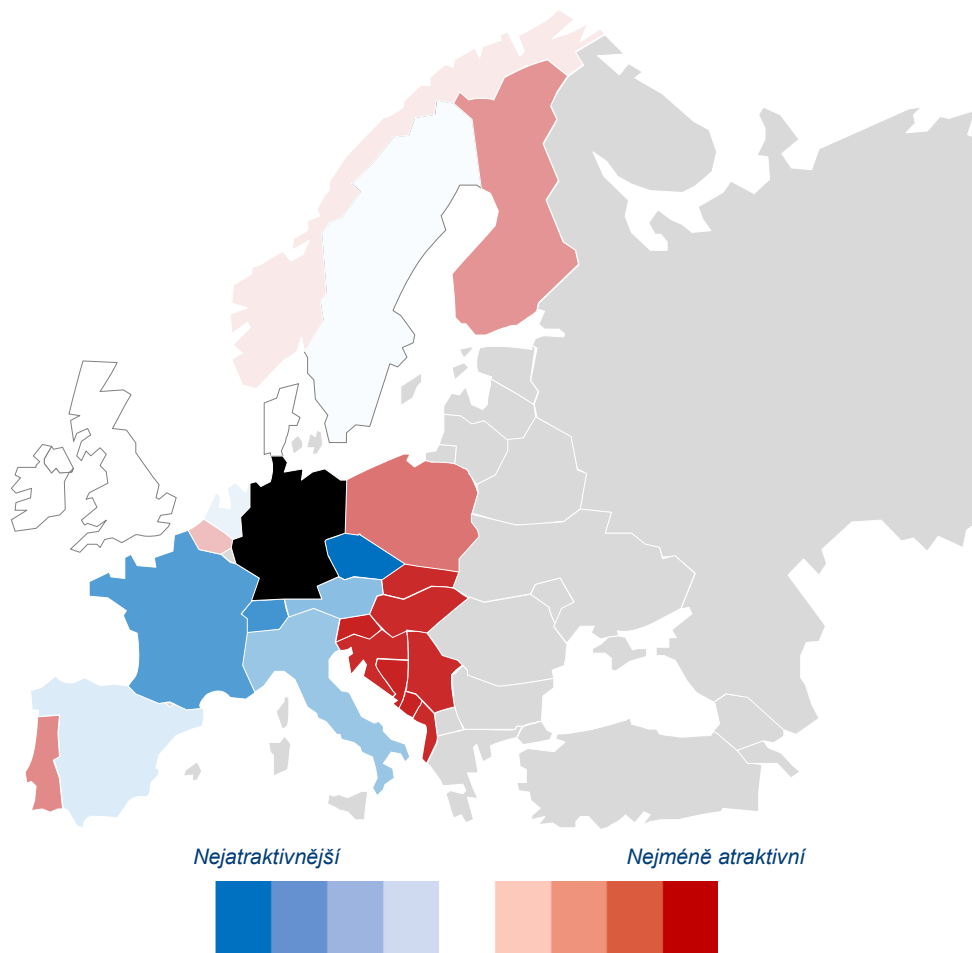
Pozn.: Číslo v ● značí T2B = součet „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“

Báze: n=202

Otázka: M5. Jak je pravděpodobné, že v následujících dvou letech zrealizujete akci v České republice v souvislosti s: ~ Kongresovým turismem

# Incentivní turismus - detail

## Nejatraktivnější země pro **incentivní** turismus v Německu

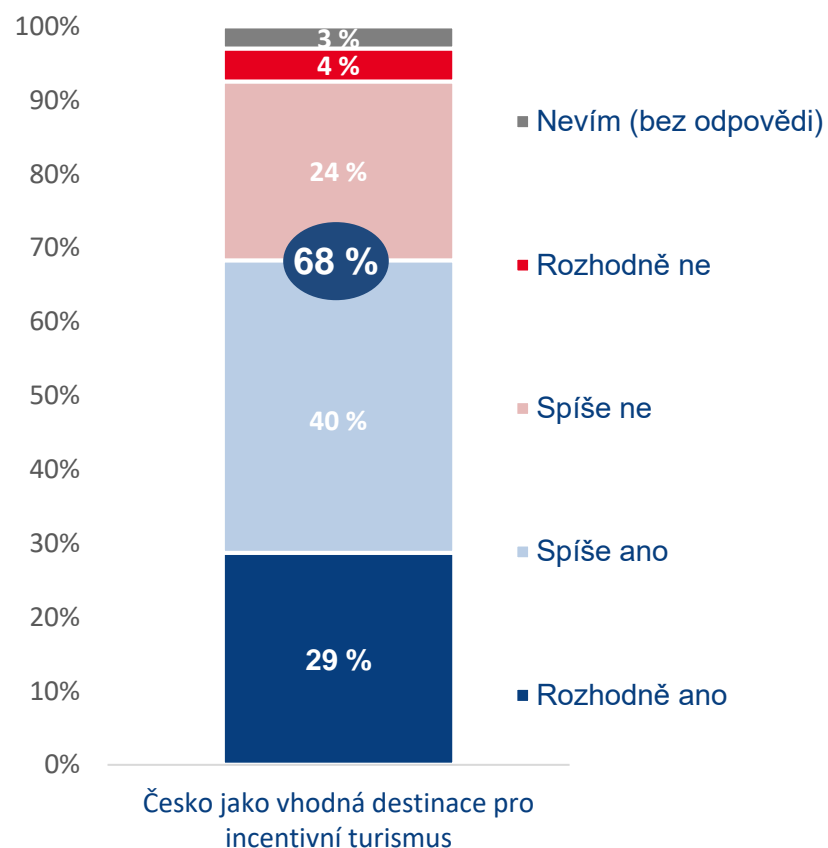


- I v rámci incentivního turismu se Česká republika umístila na **prvním místě atraktivity (34 %)**.
- Menším firmám do 500 zaměstnanců častěji přijde Česká republika atraktivní zemí pro incentivní turismus.
- Firmám, které mají nad 1000 zaměstnanců, přijde oproti společností s méně zaměstnanci častěji atraktivnější Finsko jako destinace pro incentivní turismus (30 %). Naopak méně často uvádí Česko jako atraktivní zemi (12 %).
- Nadpoloviční počet firem s obratem od 5 do 20 milionů eur přijde Česká republika jako atraktivní místo i v rámci incentivního turismu.
- Mezinárodní firmy se sídlem v Německu méně častěji uvádějí, že je Česká republika atraktivním místem pro incentivní turismus (15 %), nejvíce zmiňují Švýcarsko (47 %).

Báze: n=202

Otázka: K4. Jaké evropské země jsou pro Vás atraktivní s ohledem na: ~ Incentivní turismus

# Česko jako vhodná destinace pro incentivní turismus



Pozn.: Číslo v ● značí T2B = součet „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“

Báze: n=202

Otázka: M1. Vnímáte Českou republiku jako vhodnou destinaci pro: ~ Incentivní turismus; M2. Co by změnilo Váš názor, abyste Českou republiku vnímal/a jako vhodnou destinaci pro ~ Incentivní turismus

## Faktory, které by mohly změnit vnímání České republiky jako vhodného místa pro incentivní turismus



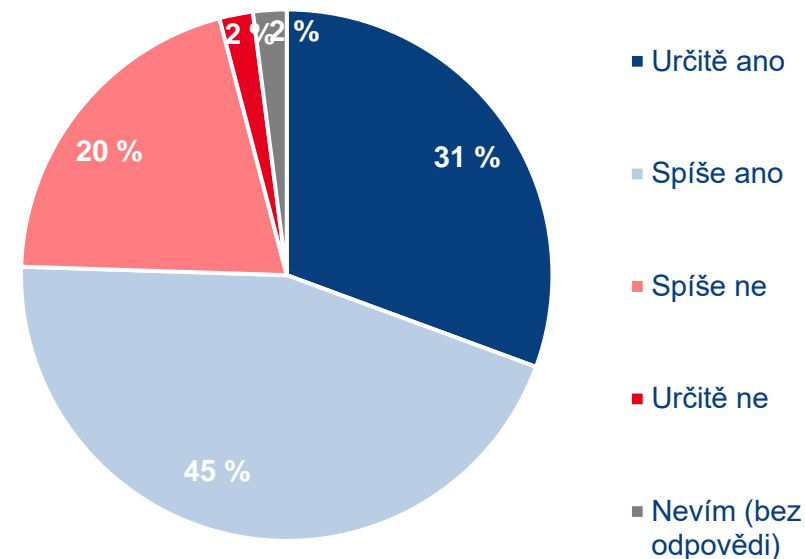
n=58, ti, které uvedli, že ČR není vhodnou destinací pro kongresový turismus.

# Realizování akce v rámci **incentivního** turismu v ČR

## Důvody realizování akce v ČR



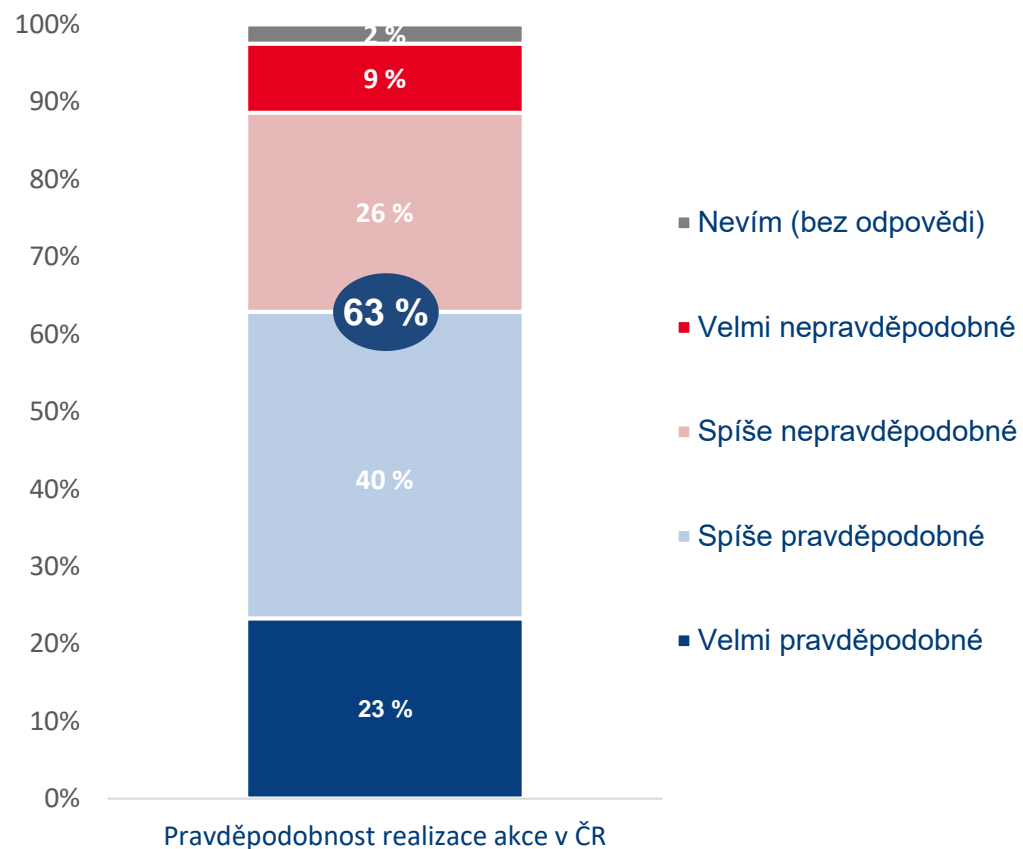
## Plánovaná **opakovaná** realizace akce v ČR



Báze: n=49, ti, kteří zrealizovali akci v ČR

Otázka: A5\_2. Z jakých hlavních důvodů jste realizoval/a akci v České republice v rámci: ~ Incentivního turismu, A6\_2. Plánujete realizaci akce v České republice v budoucnosti zopakovat v souvislosti s: ~ Incentivním turismem

# Pravděpodobnost uspořádání **incentivní akce** v České republice v nadcházejících **dvou letech**



- 63 % německých firem, uvádí, že je pravděpodobné, že v následujících dvou letech zrealizují akci v souvislosti s incentivním turismem.
- Častěji se jedná o firmy do 250 zaměstnanců. Za pravděpodobné to považují tři čtvrtiny z nich.
- Častěji tak uvažují i firmy podnikající v dopravě a logistice.
- Firmy, které již incentivní akci v Česku uspořádaly, častěji považují za pravděpodobné, že zde budou realizovat incentivní turismus.

Pozn.: Číslo v ● značí T2B = součet „Rozhodně ano“ a „Spíše ano“

Báze: n=202

Otázka: M5. Jak je pravděpodobné, že v následujících dvou letech zrealizujete akci v České republice v souvislosti s: ~ Kongresový turismus

# Metodika výzkumu – výzkum realizovala agentura Ipsos

## Metoda sběru dat



### Computer Assisted Web Interviewing

Online strukturované dotazování

## Velikost vzorku



Celkem 202 respondentů

## Cílová skupina



**Klíčoví manažeři či rozhodovatelé**  
v německých firmách s více než 50  
zaměstnanci z oblastí:

transport+logistics, medicine+healthcare+pharma,  
technology+innovation, financial services a  
energy+environment

## Země



**Spolková republika Německo**

## Dotazník



**Délka dotazníku 10 minut**

## Zkoumaná témata



**Změření potenciálu, motivací a  
barier kongresového a  
incentivního turismu v ČR.**

## Výstupy



**Finální report v PPT**  
Datový soubor v .xlsx  
Tabulkové výstupy v .xlsx

## Sběr dat

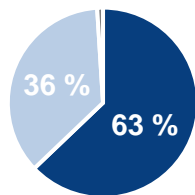


Sběr dat realizovaný v květnu 2023.

*Návrh dotazníku a zpracování výstupu provedla agentura CzechTourism ve spolupráci s agenturou Ipsos.  
Sběr dat zajistila agentura Ipsos.*

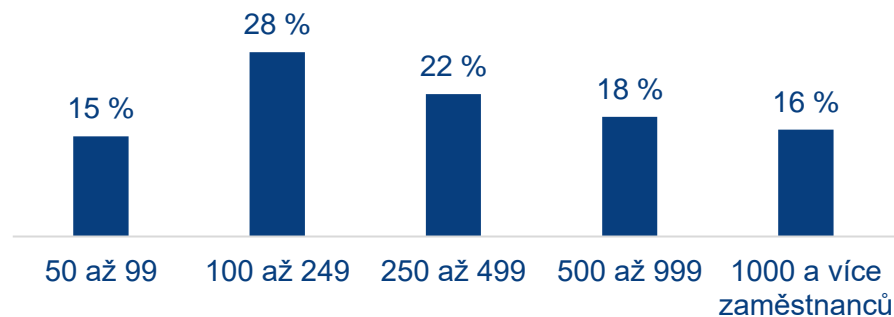
# Složení vzorku

## Typ společnosti



- Jsme společnost působící pouze v Německu
- Jsme mezinárodní společnost se sídlem v Německu
- Jsme mezinárodní společnost se sídlem mimo Německo

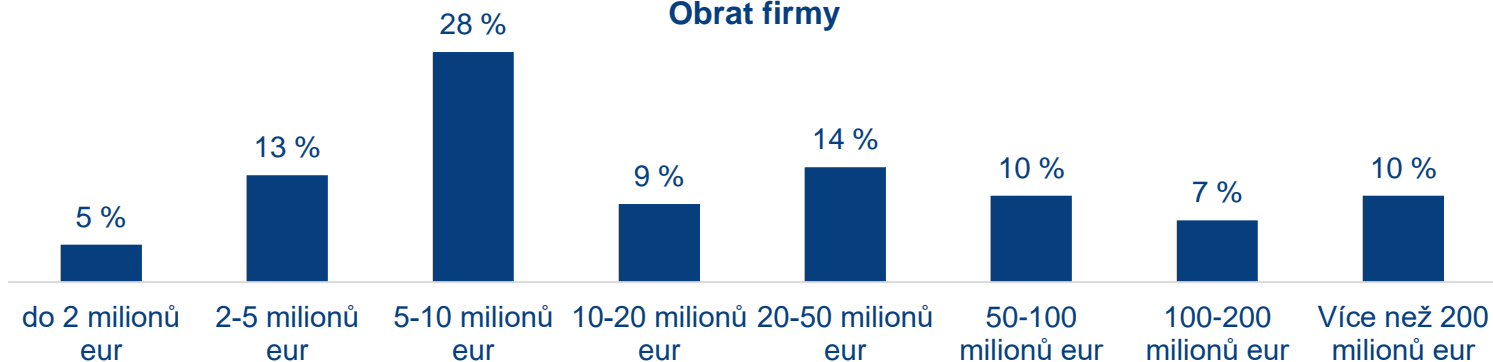
## Počet zaměstnanců



## Obor podnikání



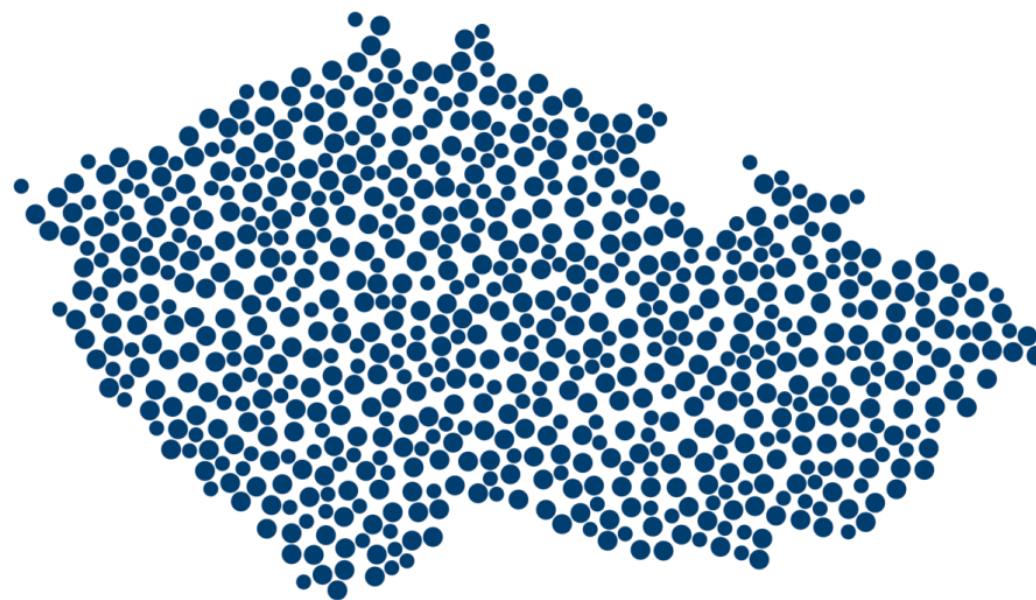
## Obrat firmy



Báze: n=202

Otázka: R1. Kolik zaměstnanců má Vaše společnost / firma nebo firma, ve které pracujete (u mezinárodní společnosti prosím uveďte počet zaměstnanců německé pobočky)? R2. Jaký je obor Vašeho podnikání? I1. Jaký obrat měla Vaše společnost / firma v loňském roce (za poslední roční účetní období)? I2. Který výrok se týká Vaší firmy?





**Hlavní kontaktní osoba**

**Soňa Machová, [machova@czechtourism.cz](mailto:machova@czechtourism.cz)**