

VDR

Verband Deutsches
Reisemanagement e.V.



VDR-Geschäftsreiseanalyse 2018

16. Ausgabe



**Je größer das Netzwerk,
desto kleiner die Welt.**
Entdecken Sie über
400 Destinationen weltweit.

Say yes to the world

Lufthansa

Inhalt

Zusammenarbeit braucht Vertrauen	4	7 Travel Management: Positionierung und Zukunft...19	
1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick	5	Arbeitszeit und Aufgaben aktuell	19
2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen	7	Mitarbeiter- und Kostenorientierung.....	20
Anzahl.....	7	Neue Tätigkeitsbereiche	20
Kosten	7	8 Trends und Tools im Check	21
Geschäftsreisende	8	Sharing Economy	21
Dauer.....	8	Informationsquellen	23
3 Struktur der Geschäftsreisekosten	10	Neue Services & Tools	23
Durchschnittskosten	10	9 Sicherheit und Datenschutz	25
Kostenbereiche	10	Sensibilisierungsgrad.....	25
4 Übernachtungen, Hoteleinkauf, MICE.....	11	Maßnahmen	25
Gesamtentwicklung	11	Datenschutz	26
Übernachungskategorien Inland	12	Reiseverbote 2018.....	26
Auswahlkriterien	13	Substitution von Geschäftsreisen.....	27
Einkaufsprozesse	14	10 Zielländer 2019.....	28
5 Flug.....	15	Methodik und Impressum	29
Angebotsveränderungen und Auswirkungen	15	Methodik.....	29
6 Firmenkreditkarten und Bezahlösungen.....	17	Das Forschungsteam	30
Nutzungsgrad	17	Impressum	30
Abrechnung.....	17		
Haftung.....	18		
Auswahlkriterien	18		

Zusammenarbeit braucht Vertrauen

Geschäftsreisen sind ein sensibler Seismograph für die Stimmungslagen der Wirtschaft. Neue disruptive Geschäftsmodelle auf der Anbieterseite, politische Entscheidungen und Drohkulissen in internationalen Handelsbeziehungen berühren auch zunehmend den Alltag von Geschäftsreisenden. Protektionismus und Reisehemmnisse stören bestehende Geschäftsbeziehungen oder erschweren den Aufbau von neuen Businesskontakten. Im Interesse der deutschen Wirtschaft darf das über Jahrzehnte gewonnene Terrain der Offenheit und der vereinfachten Kommunikation nicht weiter verspielt werden. Doch Transparenz will auch aktiv geschützt sein. Bis zum Jahr 2025 werden sich die weltweit generierten Daten verzehnfachen und im Gegensatz zu heute vorwiegend in Unternehmen erzeugt.¹ Mobilitätsmanager müssen sich daher immer öfter mit großen digital getriebenen Themen und Spannungsfeldern zwischen Freiheit, Sicherheit, Überwachung und Datenschutz auseinandersetzen.²

Die gute Nachricht: Geschäftsreisende vertrauen dem Know-how des Travel Managements. Dessen Aufgabenpalette erweitert und verändert sich stetig. Chancen stecken in digitalen Innovationen, wenn sie aktiv mitgestaltet werden. Dazu müssen Entscheidungsträger vor allem den eigenen Fähigkeiten vertrauen, vernetzt denken und über gewohnte Grenzen hinweg zusammenarbeiten.

Eine Plattform dazu bietet der VDR. Als Deutschlands größtes Netzwerk für modernes Mobilitätsmanagement vertritt er die Interessen seiner Mitglieder sowohl national wie auch international – in Zusammenarbeit mit der Global Business Travel Association (GBTA). Im täglichen Dialog mit seinen Mitgliedern, mithilfe der Marktforschung sowie des „Think Tanks“ VDR-TrendsPort spürt der VDR managementrelevante Themen auf und bietet vorausschauend und verlässlich Navigationshilfen durch turbulente Zeiten. Ihre Impulse, liebe Leser, sind für uns wichtig bei der Gestaltung dieser Themen. In diesem Sinne freuen wir uns mit Ihnen auf die 16. VDR-Geschäftsreiseanalyse mit aktuellen Zahlen, Fakten und Trends rund um das Thema Mobilitätsmanagement.

¹ Vgl. <http://blog.wiwo.de/look-at-it/2017/04/04/weltweite-datenmengen-verzehnfachen-sich-bis-zum-jahr-2025-gegenueber-heute/>

² Für praktische Handlungsempfehlungen siehe auch: VDR-Zukunftsbild „Geschäftliche Mobilität 2025“ www.vdr-service.de/zukunftsbild

1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

Die Eckdaten 2017:

2017 gab es 11,2 Millionen Geschäftsreisende ³	- 1,5 %
187,5 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von	+ 2,3 %
52,5 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit	+ 1,7 %
157 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag.	+ 1,3 %

2016:

11,3 Mio. Geschäftsreisende
183,4 Mio. Geschäftsreisen
51,6 Mrd. Euro
155 Euro

Mehr Geschäftsreisen – aber nicht zu jedem Preis

Die noch im Jahr 2016 zum Ausdruck gekommene leichte Unsicherheit in den Prognosen der Geschäftsreisereisetätigkeit für das Jahr 2017⁴ hat sich relativiert. Es ergab sich ein leichtes Wachstum analog der wirtschaftlich insgesamt ungebremsten positiven Entwicklung. Die Geschäftsreiseverantwortlichen sind jedoch wachsam geblieben und haben die Ausgaben im Rahmen gehalten, trotz ansteigender Preise im Übernachtungssektor sowie Unsicherheiten im Flugbereich. Nach einer kurzen Konsolidierungsphase 2016 stieg die Anzahl der Geschäftsreisen im Jahr 2017 um 2,3 %, bei Mehrausgaben um 1,7 %. Nur im öffentlichen Sektor stiegen Dienstreisekosten überproportional (3,7 %) zum Reisevolumen (1,7 %).

(Abbildungen 1 und 2, Seite 7)

Kürzer und anders unterwegs

Mit ursächlich für die nicht so stark gestiegenen Ausgaben ist die Tatsache, dass Geschäftsreisen zunehmend wieder ohne Übernachtung stattfanden. Mit mehr Eintagesreisen sind aber die Kosten für den Transportbereich insgesamt gestiegen – anteilig von 47 % der Gesamtausgaben im Jahr 2016 auf 49 % im Jahr 2017. Schon 2016 hatten 26 % der Unternehmen erwartet, dass Flugreisen weniger werden, dafür der Anteil der Bahn und der Mietwagenbuchungen deutlich steigen könnte.⁵ Dies ist eingetreten, zusätzlich angefeuert vom insolvenzbedingtem Marktausstieg des wichtigen Geschäftsreise-Carriers Air Berlin. Außerdem blieb die 3-Sterne-

hotellerie in der Erfolgsspur: Im Jahr 2017 wurden die meisten Zimmer im Inland in dieser Kategorie gebucht – zwischen 54 % und 68 %, je nach Firmengröße.

(Abbildung 4, Seite 8 sowie Abbildung 5, Seite 10 und Abbildung 8, Seite 12)

Übernachtungen: Der Preis bleibt heiß

Seit zehn Jahren ist der Preis das Auswahlkriterium Nummer eins bei Übernachtungsangeboten. Am deutlichsten gestiegen ist die Bedeutung der Reiserichtlinie. Marken-/Kettenzugehörigkeit ist nach wie vor deutlich weniger wichtig als Bewertungen in Portalen und Printpublikationen. Und: Sharing-Economy-Angebote haben in den Plänen der Geschäftsreiseverantwortlichen Federn lassen müssen. Gründe hierfür dürften sowohl in den Anforderungen der Unternehmen als auch in den restriktiven Regulierungen der städtischen Verwaltungen zu finden sein.

(Abbildung 9, Seite 13 sowie Abbildungen 20 und 21, Seite 22)

Gute Kommunikation gewinnt

Wo informieren sich Geschäftsreisende hinsichtlich ihrer Anfahrt und Unterkunft? Die wichtigste Quelle sind die vom Arbeitgeber gebotenen Informationen: Wer seine Reisenden aufklärt und steuert, wird auch gehört. Überraschend: Wesentlich weniger zählen Tipps von Kollegen oder allgemein zugängliche Online-Dienste.

(Abbildung 22, Seite 23)

³ Beschäftigte eines Unternehmens oder einer Organisation des öffentlichen Sektors, die mindestens eine Geschäftsreise beziehungsweise Dienstreise im Jahr unternahmen.

⁴ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 10 „Ausblick 2017“, Seite 24.

⁵ ebd.

Zukunftsaussichten im Mobilitätsmanagement

Auch wenn der Fokus auf Kostenbewusstsein im betrieblichen Mobilitätsmanagement bleibt, gaben 84 % der Befragten größerer Unternehmen an, die Belange der Mitarbeiter heute stärker als früher in den Planungen berücksichtigen zu müssen. Die Reisewirtschaft ist insgesamt in der Digitalisierung der Nachfrage und des Angebots vielen anderen Branchen um Jahrzehnte voraus. Daher ist es nicht verwunderlich, dass Digitalisierung im zukünftigen Aufgabenspektrum von Geschäftsreiseverantwortlichen an oberster Stelle steht. Damit eng verbunden folgen Aufgaben rund um die Mitarbeiterkommunikation sowie Datensicherheit.⁶

(Abbildungen 17 und 18, Seite 20)

Daten im Spannungsfeld von Schutz und Nutzen

Globale Wirtschaftsbeziehungen werden zunehmend mit Hilfe von Daten gesteuert. Aus gutem Grund sehen sich Geschäftsreiseverantwortliche mit in der Pflicht bei der Gestaltung digitaler Prozesse zwischen Unternehmen, Lieferanten und Mitarbeitern. Unverändert sind Hinweise zum Datenschutz auf Geschäftsreisen die wichtigste bereits eingesetzte Sicherheitsmaßnahme. Die meisten Unternehmen haben auch die Umstellung anlässlich der

neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung mittlerweile abgeschlossen. Und: Neue Tools sind für die „Datendrehscheibe“ Mobilitätsmanagement durchaus gewünscht; dabei müssen die Aspekte zwischen Nutzung und Schutz von Daten sehr wohl abgewogen werden.

(Abbildungen 23 bis 27, Seiten 24 ff.)

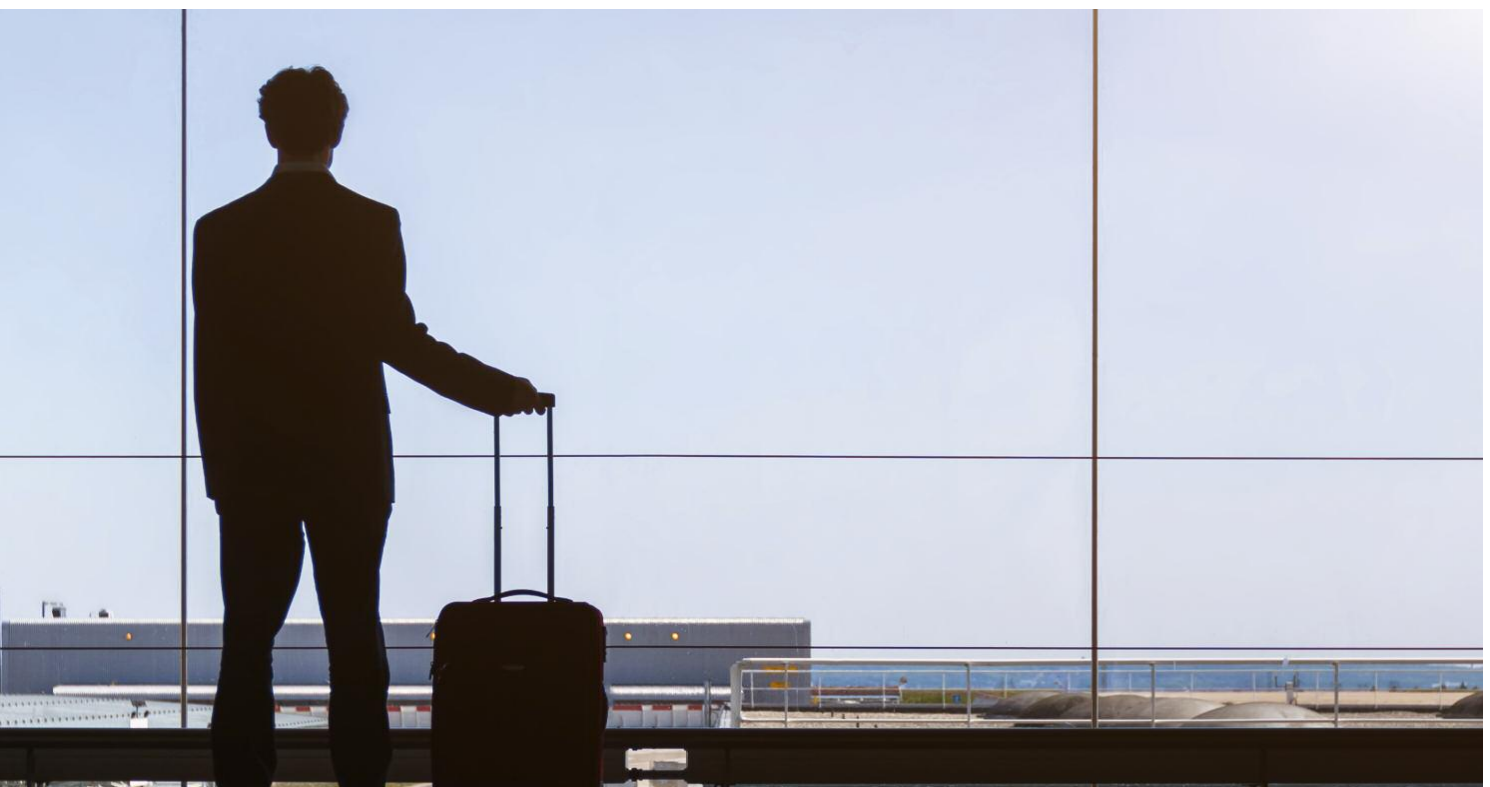
Wohin geht die Reise 2019?

Mit 165,9 Millionen Reisen und somit 88 % des Gesamtaufkommens 2017 bleiben Inlandsreisen das Rückgrat deutscher Geschäftsreisetätigkeit. Die Top 3 der ausländischen Reiseziele für das kommende Jahr sind auch unter den wichtigsten fünf Handelspartnern 2017: USA, China und das Vereinigte Königreich. Von den Nachbarländern ist Frankreich sowohl als Handelspartner als auch Reiseziel am bedeutendsten.⁷ Die Mehrheit deutscher Unternehmen hat 2018 keine Reiseverbote aus politischen, budgetbedingten oder Sicherheitsgründen erteilt. Doch wenn „Travel Bans“ ausgesprochen worden sind, gelten sie vor allem für die Türkei – auch in den Aussichten für 2019. Und wer nicht die Koffer packen kann oder muss, greift heute wesentlich öfter als vor zehn Jahren zur Möglichkeit von virtuellen Meetings.

(Abbildungen 28 bis 30, Seiten 26 ff.)

⁶ Siehe auch VDR-Geschäftsreiseanalyse 2017, Kapitel 7 „Wertewandel im Business & Travel“, Seite 20.

⁷ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis): Fachserie 7, Reihe 1, Außenhandel Jahr 2017, Tabelle 1.6, Wiesbaden 2018.



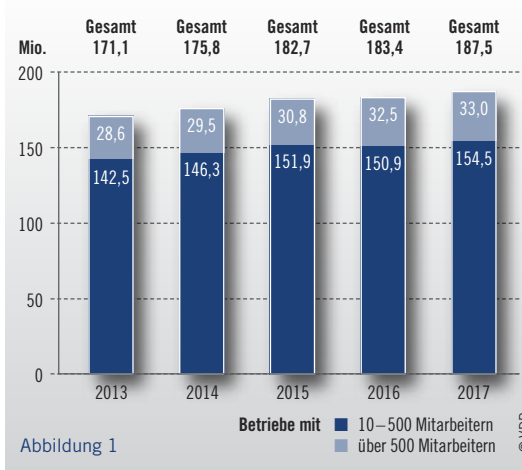
2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen

Anzahl

„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2017 durchgeführt?“

Die deutsche Wirtschaft ist 2017 das achte Jahr in Folge gewachsen. Positive Impulse primär aus dem Inland haben die Konjunktur in Deutschland 2017 bestimmt. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag im Jahresdurchschnitt um 2,2 % höher als im Vorjahr.⁸ Nach einer kurzen Konsolidierungsphase 2016 stieg die Anzahl der Geschäftsreisen im Jahr 2017 um 2,3 %. Hierzu hat auch die um 2,4 % gestiegene Anzahl an Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern in Deutschland beigetragen.⁹ Der öffentliche Sektor trug mit 1,7 % mehr Dienstreisen zum Wachstum bei.

Anzahl der Geschäftsreisen 2013–2017



Alle betrieblich veranlassten Reisen, die anhand von einzelnen Reisekostenabrechnungen erfasst werden, zählen in dieser Untersuchung zu Geschäftsreisen. Dauer, Zweck, Entfernung, Ziel der Reise oder berufliche Stellung der Reisenden werden bei dieser Zählung nicht betrachtet. Sobald Aufwendungen als Geschäftsreisekosten im Betrieb abgerechnet werden, fließen sie in die Beträge mit ein.

Weitere Begriffserläuterungen finden Sie in den VDR-Geschäftsreiseanalysen 2003–2006 sowie im VDR-Glossar:
www.vdr-service.de/der-verband/fachthemen/vdr-glossar

Die Ergebnisse aus den Unternehmen und dem öffentlichen Sektor werden aufgrund branchenbedingter Unterschiede meistens getrennt dargestellt. Die entsprechende Datenbasis wird an den jeweiligen Stellen deutlich gemacht: Bei „Unternehmen“/„Firmen“ ist der öffentliche Sektor ausgeklammert („– ohne ÖS –“). Mit „Betrieben“ sind sowohl Unternehmen als auch Organisationen des öffentlichen Sektors gemeint.

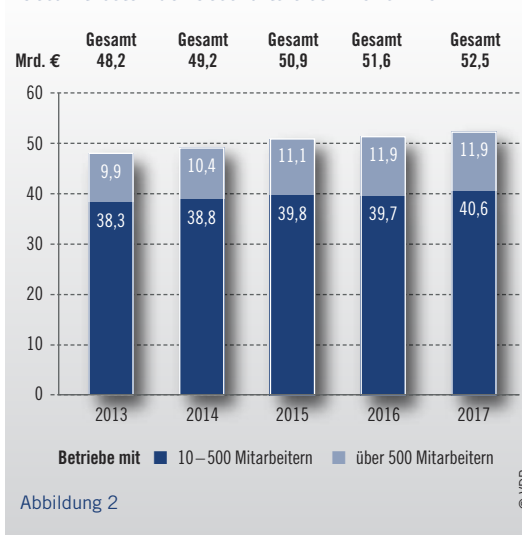
Bei den Berechnungen von prozentualen Veränderungen werden genaue Zahlen verwendet (Beispiel: jährliche Gesamtkosten für Geschäftsreisen). Darauf ist zurückzuführen, dass beim Rechnen mit den im Text oder in den Abbildungen verwendeten gerundeten Zahlen hinter dem Komma zum Teil unterschiedliche Ergebnisse entstehen.

Kosten

„Wie hoch waren im Jahr 2017 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

Die Geschäftsreisekosten stiegen von 2016 bis 2017 etwas gemäßiger als das Reisevolumen – um 1,7 % auf 52,5 Milliarden Euro. Mehr Inlandsreisen (2,7 %) und der gestiegene Anteil an Tagesreisen ohne Übernachtung waren für das relative Sparen der Unternehmen mit ursächlich. Firmen mit über 500 Mitarbeitern gaben mit 0,2 % kaum mehr aus als im Vorjahr, während auch ihr Reisevolumen marginal um 1,1 % wuchs. Geschäftsreisende kleinerer Unternehmen konnten ihr Ausgabenvolumen (1,8 %) bei etwas mehr Reisen (2,6 %) ebenso verringern. Im öffentlichen Sektor stiegen die Ausgaben (3,7 %) im Vergleich zum Dienstreisevolumen (1,7 %) etwas überproportional an.

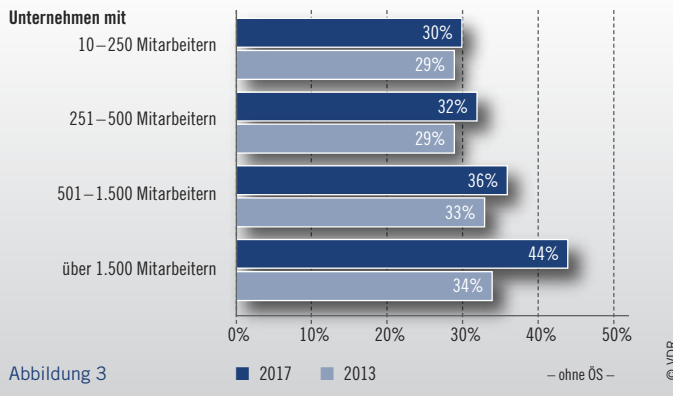
Gesamtkosten der Geschäftsreisen 2013–2017



⁸ Vgl. Pressemitteilung Nr. 011 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 11. Januar 2018.

⁹ Vgl. Tabelle 2, Zahl der Betriebe (ab zehn Mitarbeitern) und ihrer Beschäftigten 2017, S. 29

Anteil der Geschäftsreisenden 2013/2017

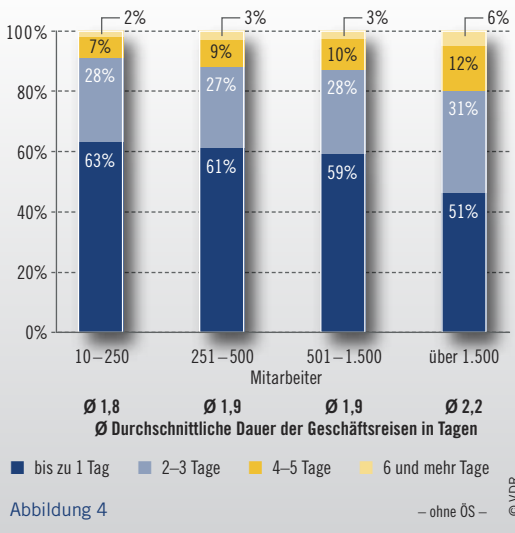


Geschäftsreisende

„Wie viele Geschäftsreisende waren unterwegs?“

Die Anzahl der Beschäftigten ist innerhalb eines Jahres um 2,7 % gestiegen.¹⁰ Gleichzeitig stagniert die Anzahl der Geschäftsreisenden mit 11,2 Millionen im Jahr 2017. Langfristig betrachtet werden Geschäftsreisen in den größten Unternehmen auf mehr Schultern verteilt – heute in Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern auf 44 % der Belegschaft. Im öffentlichen Sektor ist diese Tendenz schon länger vorhanden: Sowohl 2012 als auch 2017 gingen 46 % der Bediensteten mindestens einmal im Jahr auf Reisen.

Dauer der Geschäftsreisen nach Größenklassen 2017



Dauer

„Wie lange dauern Geschäftsreisen?“

Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsreisen ist keine Konstante. Vielmehr verändert sie sich in Wellen – wurde in einem Jahr in mehrtägige Reisen investiert, ist oft im Folgejahr eine Kürzung festzustellen. Im Jahr 2016 waren 45 % der Geschäftsreisen mehrtägig – Eintagesreisen nahmen dafür ab. Das Pendel hat 2017 wieder in die andere Richtung ausgeschlagen. Es wurden mehr Inlandsreisen ohne Übernachtung und weniger Auslandsreisen unternommen. In allen Unternehmens-Größenklassen blieben die meisten Reisen ohne Übernachtung. Im Ergebnis dauerten 63 % der KMU-Geschäftsreisen unverändert einen Tag.¹¹ Durchschnittlich betrug sie 1,8 Tage – bei allen anderen verkürzte sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer etwas. Und wer ins Ausland reiste, blieb eher länger – dazu mehr im Abschnitt 4.

¹⁰Vgl. Tabelle 2, Zahl der Betriebe (ab zehn Mitarbeitern) und ihrer Beschäftigten 2017, S. 29

¹¹KMU = Kleine und mittlere Unternehmen, mit 10–250 Mitarbeitern.



© 2018 CWT

Scharf kalkulieren können alle. Wer langfristig Reisekosten sparen will, braucht **mehr**.

Carlson Wagonlit Travel unterstützt Sie bei der Optimierung Ihrer Geschäftsreiseausgaben. Mit unseren flexiblen Tools und Lösungen sparen Sie langfristig. Egal wie Ihre Anforderungen sind – wir haben das passende Angebot für Sie: transparent, serviceorientiert und kosteneffizient.

www.carlsonwagonlit.de

**Carlson
Wagonlit**
Travel


3 Struktur der Geschäftsreisekosten

Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2013–2017
Tagesausgaben Geschäftsreisen vs. Urlaubsreisen 2013–2017¹²

	Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise	Ausgaben pro Person und Tag	
		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2017	307 €	157 €	84 €
2016	310 €	155 €	78 €
2015	305 €	153 €	76 €
2014	307 €	146 €	77 €
2013	310 €	148 €	73 €

¹² Eigene Berechnungen, in Anlehnung an FUR, Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalysen 2014–2018. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne OS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

Tabelle 1

© VDR

Durchschnittskosten

Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise sind von 310 Euro auf 307 Euro gesunken. Die Ausgaben pro Person und Tag hingegen sind leicht von 155 Euro auf 157 Euro gestiegen. Ein Grund sind häufigere Eintagesreisen. Bei deutschen Urlaubsreisen stiegen die Ausgaben pro Person und Tag recht kräftig auf 84 Euro (2016: 78 Euro), aufgrund stabiler durchschnittlicher Aufenthaltsdauer (12,6 Tage) und Mehrausgaben bei Auslandsreisen.

Geschäftsreisen sind längst ein Wirtschaftsfaktor. Sie sichern Arbeitsplätze regional und saisonal unabhängig in Beherbergung, im Transportwesen und in der Gastronomie. Und: Die nahezu doppelt so hohen Ausgaben von Geschäftsreisenden gegenüber Urlaubsreisenden kommen nicht nur reisebezogenen Branchen zugute. Es profitieren auch z.B. Telekommunikation, Handel und Servicedienstleistungen. Qualitativ hochwertige Infrastruktur und Dienstleistungen können zu international wettbewerbsfähigen Preisen auch für Urlaubsreisende angeboten werden – als Reisedestination bleibt Deutschland mit der verlässlichen Basis an Geschäftsreisen flächendeckend attraktiv.

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2017

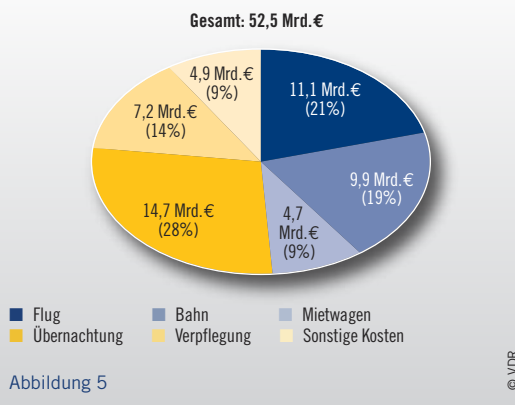


Abbildung 5

© VDR

Kostenbereiche

„Wie hoch waren in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation die Ausgaben in den unterschiedlichen Kostenbereichen?“

Mit mehr Ein-Tages-Trips sind die Transportkosten insgesamt gestiegen – anteilig von 47 % der Gesamtausgaben im Jahr 2016 auf 49 % im Jahr 2017. Hier macht sich neben dem Anstieg der Inlands-geschäftsreisen auch der insolvenzbedingte Markt-ausstieg des wichtigen Geschäftsreise-Carriers Air Berlin bemerkbar: Es wurden mehr Geschäftsreisen mit der Bahn und insbesondere Mietwagen unter-nommen, wobei hier mittlerweile auch das immer öfter akzeptierte Angebot an Car Sharing mit einflie-ßen dürfte. Der Hauptausgabenblock Übernachtung ist anteilig unverändert geblieben – von 100 Euro fließen 28 Euro in diesen Bereich. Und wer auf geschäftliche Abendessen verzichten konnte, hat auch im Bereich Verpflegung und sonstige Kosten gespart.

4 Übernachtungen, Hoteleinkauf, MICE

Gesamtentwicklung

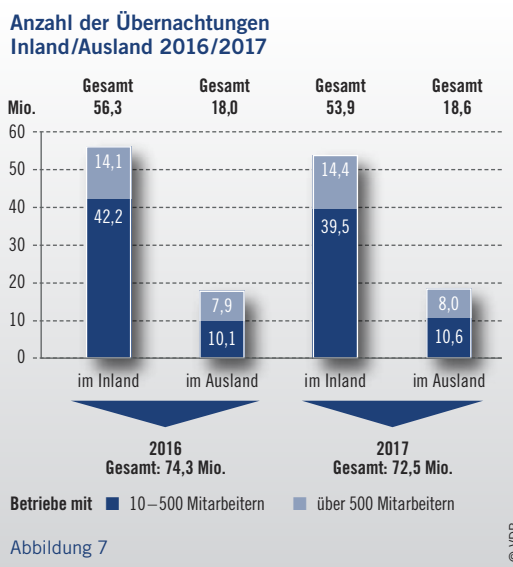
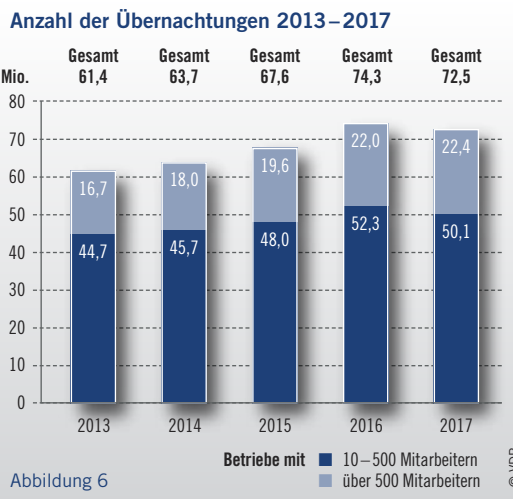
„Wie oft haben Mitarbeiter Ihres

Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen übernachtet?“¹³

„Wie verteilt sich die Anzahl der Übernachtungen auf inländische und ausländische Beherbergungsbetriebe?“

Betriebe mit zehn und mehr Mitarbeitern buchten 2017 im In- und Ausland 72,5 Millionen Übernachtungen. In den vergangenen Jahren hatten Geschäftsreiseübernachtungen in deutschen Beherbergungsbetrieben für Rekordergebnisse gesorgt. Im Jahr 2017 gaben sie jedoch um 4,4 % nach, trotz 2,7 % mehr Reisen ins Inland. Im Ausland geschah das Gegenteil: Die Reisedauer hat sich im vergangenen Jahr erhöht. Es wurden insgesamt 18,6 Millionen Übernachtungen verzeichnet, das bedeutet ein Plus von 3,5 % mehr Übernachtungen bei 1,2 % weniger Reisen. Sowohl im Inland als auch im Ausland haben eher Mitarbeiter größere Firmen mehr übernachtet als im Vorjahr.

Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden, Durchschnittskosten pro Übernachtung betragen 130 Euro.¹⁴ Nach wie vor sind Hotelpreise in deutschen Großstädten im weltweiten Vergleich als moderat anzusehen, wobei auch hier im Jahr 2017 mit wenigen Ausnahmen leichte Preissteigerungen zu verzeichnen waren. In Europa wurden Übernachtungen in Städten wie Madrid, Moskau und Prag prozentual zweistellig teurer. Im weltweiten Vergleich ist der Spitzenreiter New York geblieben, wo eine Übernachtung durchschnittlich 250 Euro kostet.¹⁵



¹³ Anzahl Übernachtungen = roomnights.

¹⁴ Wenn Angaben sowohl zur Anzahl der Übernachtungen als auch zu den Kosten gemacht werden konnten, fließen diese in die Berechnungsbasis ein. Eine Berechnung auf Basis der Gesamtübernachtungen und -umsätze sowie eine Projektion auf differenzierte durchschnittliche Preise im In- und Ausland ist nicht möglich.

¹⁵ Vgl. HRS Hotelpreisradar 2017.



„Auch in der Hotellerie wird künftig von der Buchung bis zur Abrechnung die Digitalisierung vorangetrieben, wobei der Reisende nach wie vor im Mittelpunkt stehen sollte. Dies müssen die entsprechenden Reiserichtlinien natürlich auch unter Kostengesichtspunkten berücksichtigen. Zudem benötigen die unterschiedlichsten Systeme, die in der Hotellerie verwendet werden, einheitliche Datenstandards. Der VDR hat sich damit bereits intensiv und lösungsorientiert innerhalb der entsprechenden Fachausschüsse beschäftigt.“

Inge Pirner, VDR-Präsidiumsmitglied und Leiterin des Fachausschusses Hotel

Übernachungskategorien Inland

„Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb für das Inland gebucht?“

Deutsche Geschäftsreisende sind im eigenen Land immer häufiger in Häusern mit drei Sternen anzutreffen. Seit der Finanzkrise ist die Entwicklung zugunsten der mittleren Kategorie deutlich. Im Jahr 2017 wurde die Mehrheit der Zimmer in dieser Kategorie gebucht – zwischen 54 % und 68 %, je

nach Firmengröße. Im internationalen Vergleich können deutsche Geschäftsreisende somit als kostenbewusst gelten. Während sich Chinesen auf Dienstreise am liebsten „Upper Upscale“ betten,¹⁶ vertrauen Deutsche vor allem im Inland auf ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und sind heute vermutlich auch weniger „statusorientiert“ unterwegs. Lediglich in den größten Firmen erreicht die 5-Sterne-kategorie noch 5 % der Buchungen.

Übernachungskategorien auf Geschäftsreisen im Inland 2017

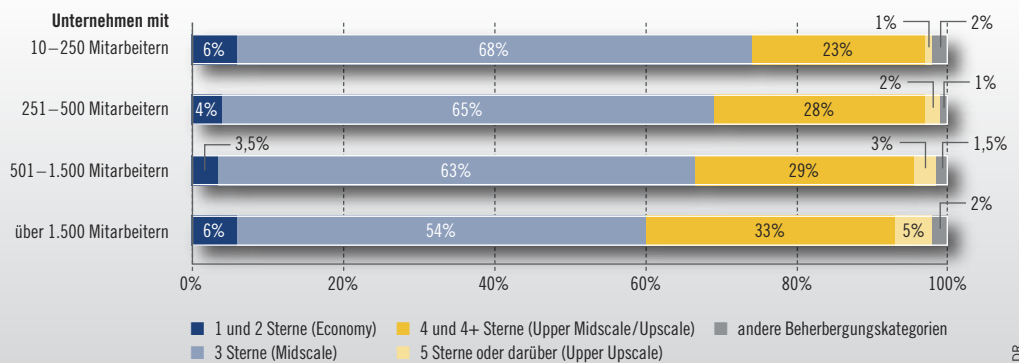


Abbildung 8

– ohne ÖS –

© VDR

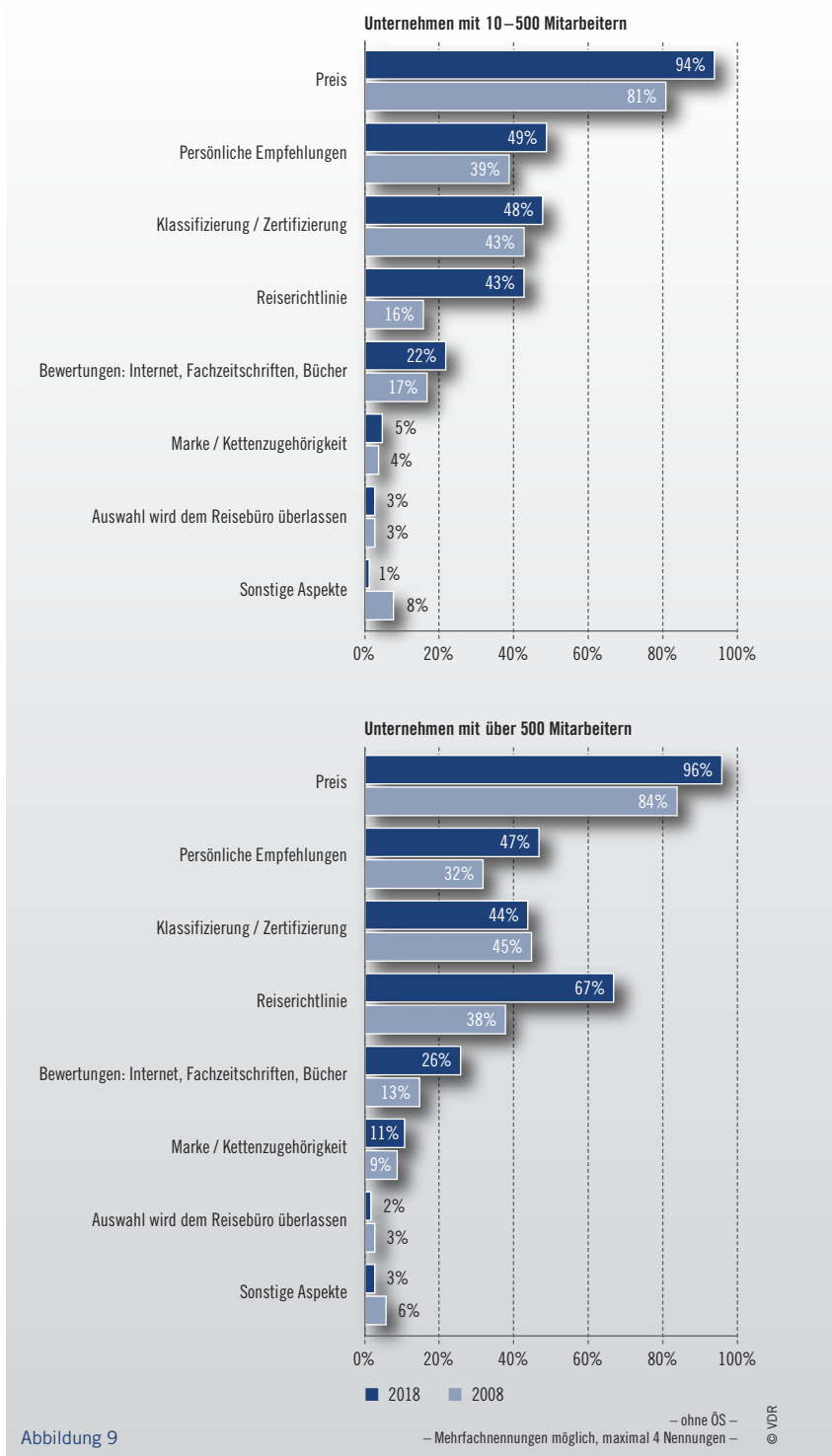
¹⁶ Vgl. <http://hrs.de/presse/news/hrs-geschäftsreisanalyse-geschäfte-werden-montags-gemacht.html>

Auswahlkriterien

„Welche Aspekte sind für Sie bei der Auswahl und Nutzung von Beherbergungsangeboten – optimale Lage vorausgesetzt – ausschlaggebend?“

Der Preis bleibt seit zehn Jahren das Auswahlkriterium Nummer eins. Am deutlichsten gestiegen ist die Bedeutung der Reiserichtlinie, wobei im Mittelstand¹⁷ persönliche Empfehlungen noch etwas stärker zur Entscheidungsfindung beitragen. Nahezu unverändert ist für fast die Hälfte der Unternehmen eine Klassifizierung/Zertifizierung wichtig. Marken-/Kettenzugehörigkeit spielt nach wie vor eine deutlich kleinere Rolle als Bewertungen in Portalen und Printpublikationen. Reisebüros haben in diesem Bereich den geringsten Einfluss auf Geschäftsreiseverantwortliche.

Einflussgrößen bei der Hotelauswahl 2008/2018



¹⁷ Im Rahmen dieser Analyse wird der Begriff „Mittelstand“ synonym für Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern verwendet.



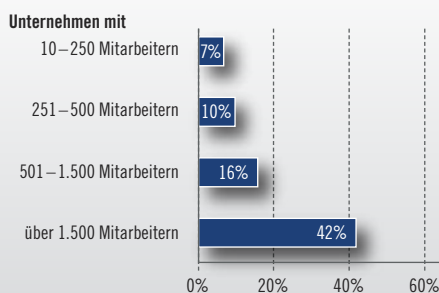
Einkaufsprozesse

„Welchen Mehrwert sollen MICE-Online-Portale für Sie abbilden?“

Etwa zwei von fünf (42 %) der größten Unternehmen nutzen Online-Portale wie Meetago, Cvent oder Starcite in ihrem Einkaufsprozess für MICE. Die meisten Nutzer wollen damit Prozesse in diesem Bereich optimieren, wie beispielsweise Konsolidierung, Buchungsweg, Teilnehmer-Management und Reporting. Jeder Fünfte schätzt sie auch bei der Organisation von kleineren Gruppen, Meetings und Schulungen. Als sonstige Vorteile werden unter anderem der Vorab-Eindruck eines Veranstaltungsortes, bessere Transparenz und das Preis-Leistungs-Verhältnis genannt.

Nutzung und Mehrwert von MICE-Online-Portalen

Nutzung von MICE-Online-Portalen



Mehrwert von MICE-Online-Portalen

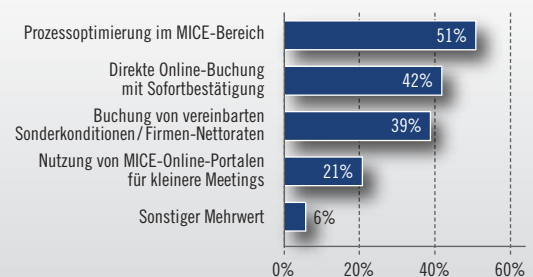


Abbildung 10

– ohne ÖS –
 – Mehrfachnennungen möglich (rechte Seite) –
 – Unternehmen, die MICE-Online-Portale nutzen (rechte Seite) –

5 Flug

„Wir beobachten die Konsolidierung am Airline-Markt sowie die ständige Umgestaltung der Abwicklungsprozesse seitens der Anbieter sehr intensiv und nicht ohne Sorge. Diese Entwicklungen sind auch von den Wettbewerbsbehörden immer wieder zu hinterfragen. Ein gesunder Wettbewerb und stabile Prozessabläufe sind wichtig, um die Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und europäischen Unternehmen am Weltmarkt zu sichern.“



Jörg Martin, Geschäftsführer CTC Corporate Travel Consulting und Leiter des VDR-Fachausschusses Flug

Angebotsveränderungen und Auswirkungen

„Weniger Anbieter und mehr strategische Allianzen im Luftverkehr. Spüren Sie negative Auswirkungen?“

„Wenn Sie solche negativen Auswirkungen im Luftverkehr für Ihr Unternehmen bereits spüren oder diese sich in naher Zukunft einstellen: Werden Sie umsteuern? Wenn ja, worauf werden Sie umsteuern?“

Da die meisten Flüge im Mittelstand für Inlandsstrecken gebucht werden,¹⁸ ist die Insolvenz der zweitgrößten deutschen Fluggesellschaft Air Berlin von nachhaltiger Bedeutung. Auch im übrigen Europa lässt sich ein Trend zur Konsolidierung beobachten. Trotz leichter Entspannungszeichen im Streckennetz¹⁹ sind Negativeffekte spürbar: Nahezu die Hälfte der Firmen mit bis zu 500 Mitarbeitern und 59 % der größeren Unternehmen kämpfen mit Preiserhöhungen. Je größer das Unternehmen, umso stärker werden alle negativen Auswirkungen wahrgenommen. So sind z.B. Preiserhöhungen in 75 % der Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern ein Ärgernis und 39 % klagten über Kapazitätsengpässe (ohne Abbildung). Am Gesamtmarkt spürt etwa ein Drittel der Geschäftsreiseverantwortlichen, dass die Kapazitäten geringer geworden sind und häufiger Flüge ausfallen.

Anteil der Unternehmen, die für die genannten Aspekte negative Auswirkungen spüren

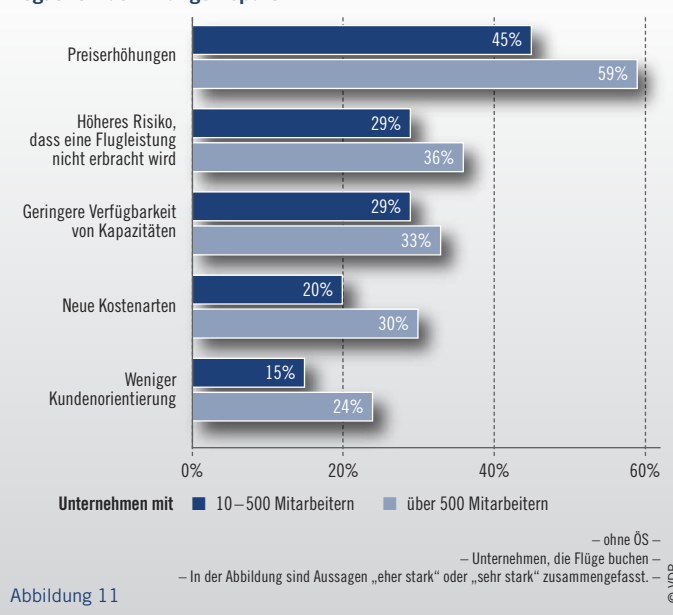


Abbildung 11

¹⁸ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2017, Kapitel 5 „Flug“, Abbildung 13, Seite 16.

¹⁹ Vgl. <https://biztravel.fvw.de/fluege-co/flug/6-monate-nach-der-air-berlin-pleite-uebersicht-ueber-innerdeutsche-strecken/1/184141/4075>

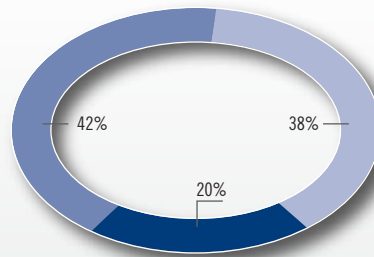
Doch Konsequenzen bleiben oft aus. Nur jede fünfte betroffene Firma kann und will ihre Geschäftsreiseströme umsteuern. Geschieht dies, profitiert davon besonders die Bahn: 83 % aller befragten Unternehmen, die aufgrund der genannten Einflussfaktoren auf ein anderes Verkehrsmittel wechseln, wählen den Zug. An nächster Stelle werden Flüge durch die klimafreundliche Variante virtuelle Meetings mittels Telefon-, Web- und Videotechnologie ersetzt. Insgesamt setzt die Hälfte der Wechselwilligen auch auf alternative Flugverbindungen; in den größten Firmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern sind es sogar 66 % (ohne Abbildung). Trotz der Negativeffekte durch Flugmarktkonsolidierung können oder wollen die meisten Unternehmen nicht umsteuern. Adäquate Auswahl, fairer Wettbewerb und Verlässlichkeit des Angebots bleiben dennoch unabdingbar für die betrieblichen Mobilitätsbedürfnisse.

Die Grafik zeigt die Umsteuerung aufgrund der Entwicklung im Luftverkehr. Ein Donut-Diagramm verdeutlicht die Gründe für die Umsteuerung: 42% der Unternehmen können nicht umsteuern, 38% wollen dies nicht, und 20% tun dies tatsächlich. Ein Balkendiagramm zeigt die bevorzugten Verkehrsmittel für die Umsteuerung: Die Bahn ist mit 83% das dominierende Ziel, gefolgt von Telefon-/Web-/Videokonferenzen (53%), Alternative Flugverbindungen (49%), Mietwagen (47%), Fernbus (3%), Flugcharter (2%) und Sonstige (7%).

Umsteuerung aufgrund der Entwicklung im Luftverkehr

Wird umgesteuert?

- Ja, es wird umgesteuert
- Nein, wollen wir nicht
- Nein, können wir nicht



Umsteuerung auf

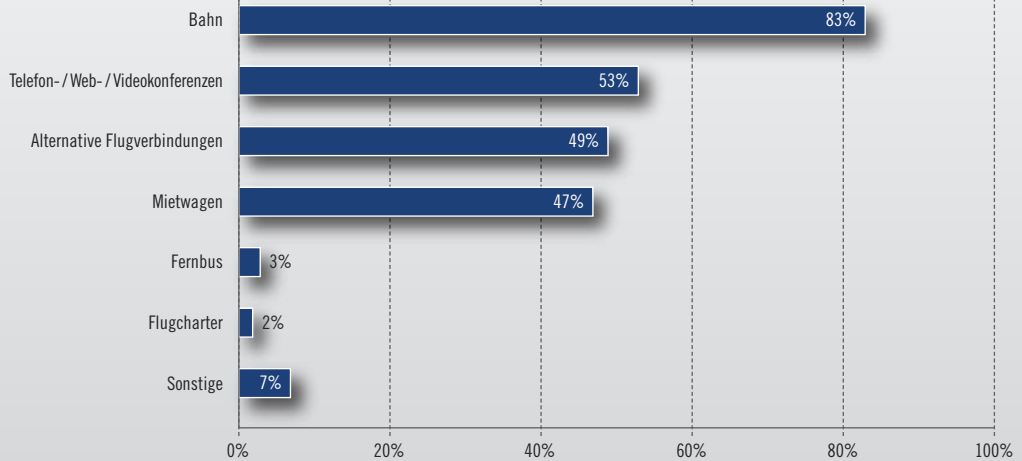


Abbildung 12

– ohne ÖS –
 – Unternehmen, die Flüge buchen –
 – Mehrfachnennungen möglich (unten) –
 – Unternehmen, die umsteuern (unten) –



Informieren Sie sich:

- Airline Management und Airline Pricing
 - Kreditkarte – mehr als nur ein Zahlungsmittel!
 - Datenschutz im Travel Management
- und viele weitere Themen...
- www.vdr-akademie.de

6 Firmenkreditkarten und Bezahlösungen

Nutzungsgrad

„Werden in Ihrem Unternehmen für die Bezahlung von Geschäftsreiseleistungen Firmenkreditkarten genutzt?“

Je größer das Unternehmen, umso eher sind Firmenkreditkarten im Einsatz: 52 % der KMU und 83 % der

Firmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern bestätigen das. Im öffentlichen Sektor nutzen diese Möglichkeit 44 % der Organisationen. Betriebe, die ihre Geschäftsreisen heute auf anderen Wegen bezahlen, planen auch in der Zukunft nur selten die Einführung von Firmenkreditkarten (zwischen 1 % und 4 %).

Abrechnung

„Wie erfolgt die Abrechnung der Firmenkreditkarte in der Regel in Ihrem Unternehmen?“

„Unabhängig davon: Welche Art der Abrechnung würden Sie sich für Ihr Unternehmen wünschen?“

Aktuell laufen die meisten Geschäftsreisekosten, die mit einer Firmenkreditkarte abgerechnet werden, über ein zentrales Firmenkonto. Diese Art der Zentralisierung ist in den KMU am stärksten (86 %), während 40 % der größten Unternehmen die Privatkonten der Mitarbeiter im Bezahlprozess belasten. Tendenziell wünschen sich mehr Geschäftsreiseverantwortliche zu einer zentralen Abwicklung überzugehen.

Aktuelle und gewünschte Abrechnungsart

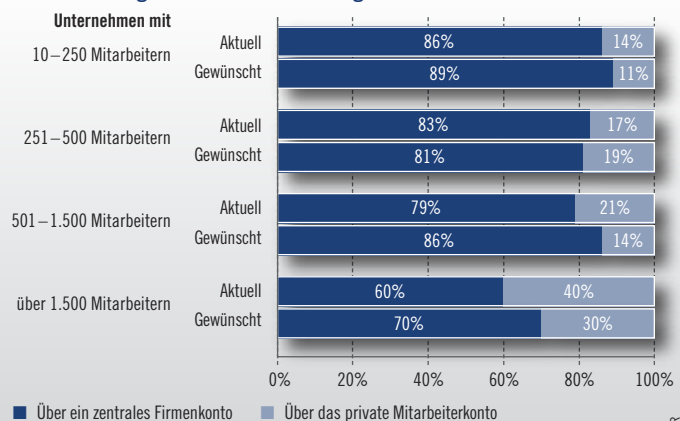


Abbildung 13

Aktuelle und gewünschte Haftung für die Firmenkreditkarte

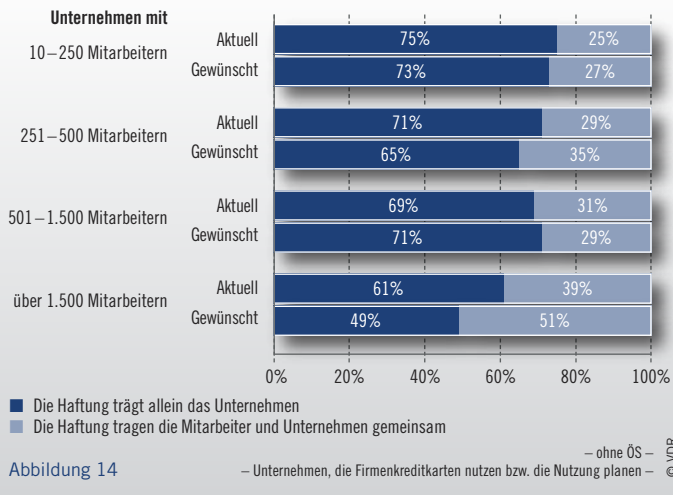


Abbildung 14

Haftung

„Wer haftet für die Firmenkreditkarte?“

„Unabhängig davon: Welche Haftung würden Sie sich für Ihr Unternehmen wünschen?“

In den größten Unternehmen ist der Unterschied zwischen Wunsch und Wirklichkeit in der Haftungsfrage bei Firmenkreditkarten am deutlichsten. Während heute 61 % die Haftungsrisiken auf der Firmenseite haben, wünschen sich 51 %, auch ihre Mitarbeiter in die Pflicht zu nehmen. Drei von vier KMU lassen die Haftung auf der Unternehmensseite und lediglich 2 % wollen daran etwas ändern.

Wichtige Aspekte bei der Entscheidung für eine Firmenkreditkarte

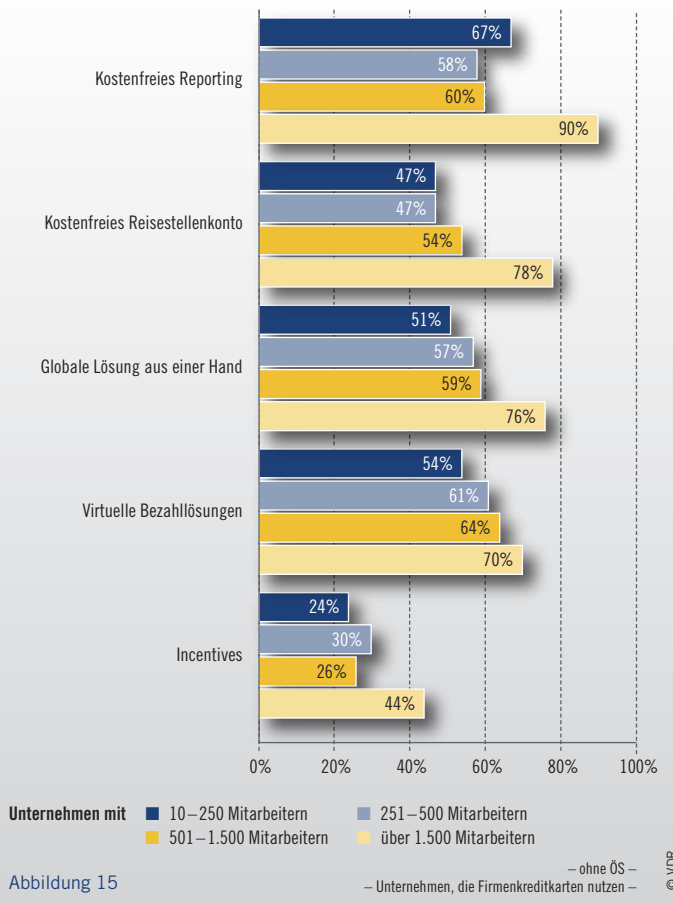


Abbildung 15

Auswahlkriterien

„Wie wichtig sind die folgenden Aspekte bei der Entscheidung für eine Firmenkreditkarte?“

Unternehmen, die bereits Firmenkreditkarten einsetzen, gaben abschließend an, welche Aspekte sie für „sehr wichtig“ und „eher wichtig“ halten. Kostenloses Reporting wird am meisten geschätzt. In den größten Unternehmen wollen diese Leistung neun von zehn Unternehmen. Generell erfreuen sich alle hier angesprochenen Servicevarianten großer Beliebtheit, lediglich Incentives sind mit 44 % deutlich weniger bedeutsam.

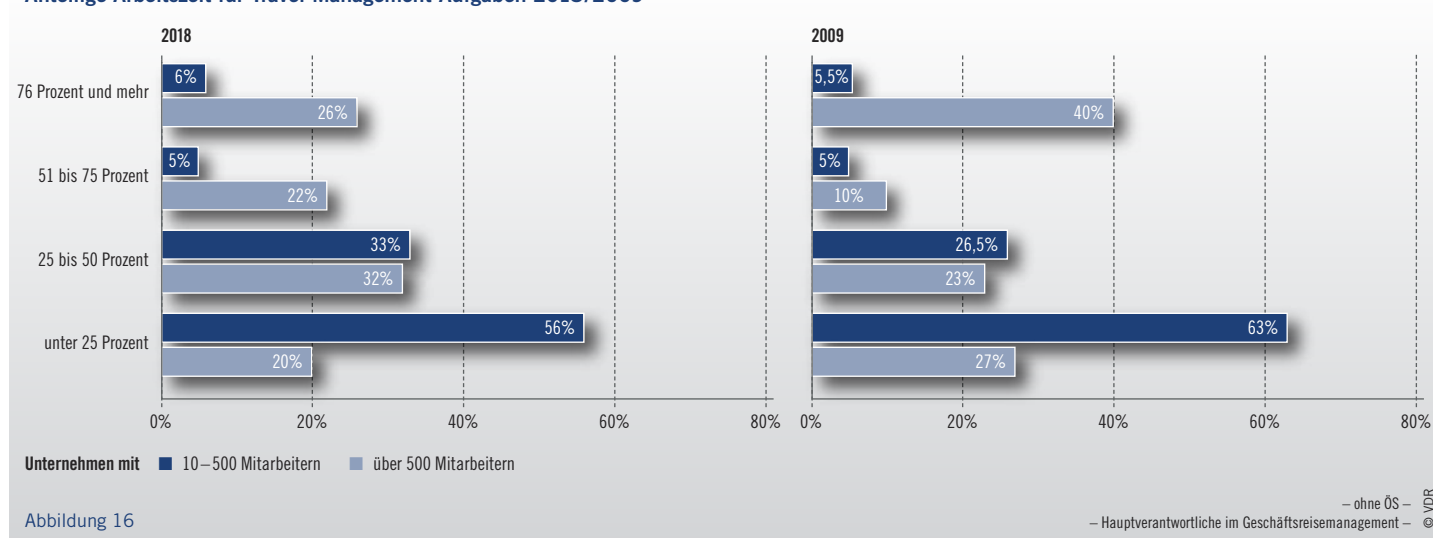
7 Travel Management: Positionierung und Zukunft

Arbeitszeit und Aufgaben aktuell

„Wie viel Prozent Ihrer gesamten Arbeitszeit verbringen Sie mit reinen Travel-Management-Aufgaben?“

Die Frage nach der Arbeitszeit wurde erstmalig 2009 untersucht. Im Mittelstand mit bis zu 500 Mitarbeitern gibt es Travel Management als eigenen Verantwortungsbereich nach wie vor seltener. Oft erledigen die Verantwortlichen auch andere Aufgaben und es bleibt weniger Zeit für reine Travel-Management-Aufgaben. Wer über höhere Geschäftsreisekosten wacht, beschäftigt sich auch mehr mit ihrer Steuerung – zunehmend durch das Management digitaler Prozesse.

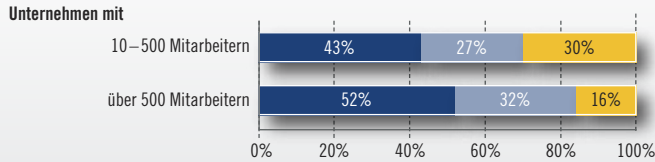
Anteilige Arbeitszeit für Travel-Management-Aufgaben 2018/2009



In größeren Firmen widmeten früher 10 % der Travel Manager den Hauptanteil ihrer Arbeitszeit (51 %–75 %) Fachaufgaben wie der Gestaltung der Reiserichtlinie, Verhandlungen mit Leistungsträgern sowie Steuerung und Kontrolle der Reisekosten. Heute sind es 22 %. Am oberen Ende ist die Entwicklung gegenläufig: Heute beschäftigt sich in größeren Firmen etwa jeder vierte Geschäftsreiseverantwortliche zu mindestens 76 % mit reinen Travel-Management-Aufgaben. Die Tatsache, dass ihr Anteil von 40 % (2009) gesunken ist, könnte darauf hinweisen, dass sie zwar mehr Aufgaben übernehmen im Spannungsfeld von Datenschutz, Sicherheit, Nachhaltigkeit, Compliance und Ertragssteuerung, diese aber noch nicht vollständig im Mobilitätsmanagement angegliedert sind.

Meinungsbilder: Mitarbeiter- und Kostenorientierung

In meinem Aufgabenbereich muss ich heute stärker als früher auf die Zufriedenheit der Geschäftsreisenden achten.



Die Kostenorientierung, vor allem mit dem Ziel Kosten einzusparen, hat im Laufe der letzten Jahre an Bedeutung verloren.

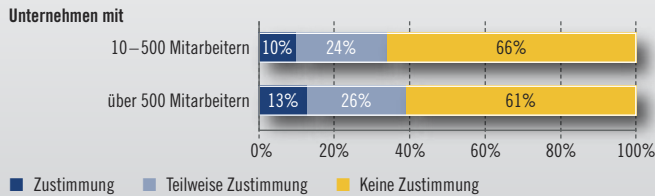


Abbildung 17

– ohne ÖS –

© VDR

Mitarbeiter- und Kostenorientierung

„Inwiefern stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?“

Kostenbewusstsein im betrieblichen Mobilitätsmanagement bleibt wichtig, wobei 84 % der Befragten größerer Unternehmen angaben, die Belange der Mitarbeiter heute stärker als früher in den Planungen berücksichtigen zu müssen. Dieser Trend ist in größeren Unternehmen deutlicher als in kleineren. Im öffentlichen Sektor wiederum ist das Kostensparen noch etwas stärker im Vordergrund geblieben: Für 74 % der dortigen Dienstreiseverantwortlichen hat die Kostenorientierung nicht an Bedeutung verloren (ohne Abbildung).

Neue zukünftige Tätigkeitsaspekte

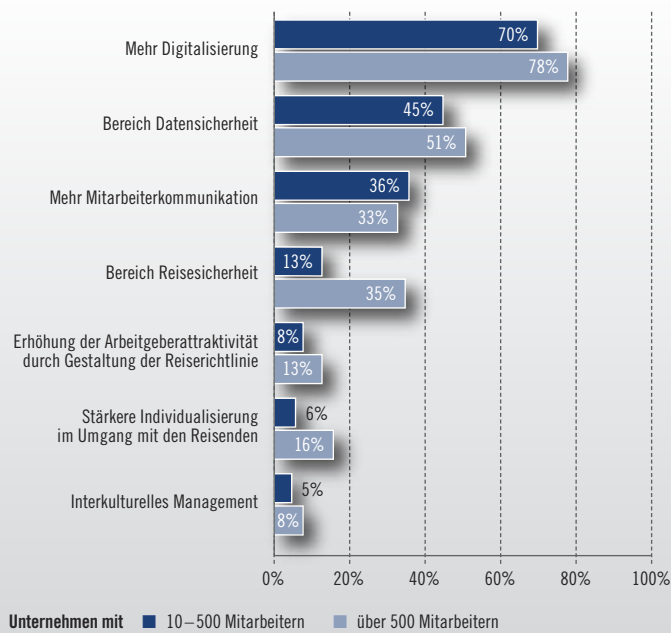


Abbildung 18

– ohne ÖS –
– Mehrfachnennungen möglich –

© VDR

Neue Tätigkeitsbereiche

„Welche neuen Tätigkeitsaspekte oder Aufgaben sehen Sie in Zukunft auf sich zukommen?“

Die Reisewirtschaft ist in der Digitalisierung von Angebots- und Nachfrageprozessen vielen anderen Branchen weit voraus. Daher ist es nicht verwunderlich, dass das Thema Digitalisierung im zukünftigen Aufgabenspektrum von Geschäftsreiseverantwortlichen an oberster Stelle steht. Damit eng verbunden folgen Aufgaben rund um die Datensicherheit sowie Mitarbeiterkommunikation.²⁰ Bis hierher sind die Vorstellungen in allen Unternehmensgrößen recht ähnlich. Das Thema Reisesicherheit wird eher in den größeren Unternehmen als ein neuer Tätigkeitsaspekt für Travel Manager gesehen als in kleineren. Alle abgefragten Aspekte sind stärker ausgeprägt, wenn der Befragte mehr als die Hälfte der Arbeitszeit mit reinen Travel-Management-Aufgaben verbringt (ohne Abbildung). Möglicherweise können Prognosen dazu, was in Zukunft wichtig sein wird, besser getroffen werden, je ganzheitlicher Mobilitätsmanagement bereits gelebt wird.

²⁰ Siehe auch VDR-Geschäftsreiseanalyse 2017, Kapitel 7 „Wertewandel im Business & Travel“, Seite 20.

Interessen-
vertretung

Weiter-
bildung

Wissen

Einkaufs-
vorteile

Netzwerk

Arbeitshilfen

Machen Sie mit uns Ihren Schritt in die Zukunft!
Informieren Sie sich über Weiterbildungsangebote oder Mitgliedschaft unter www.vdr-service.de/vorteile

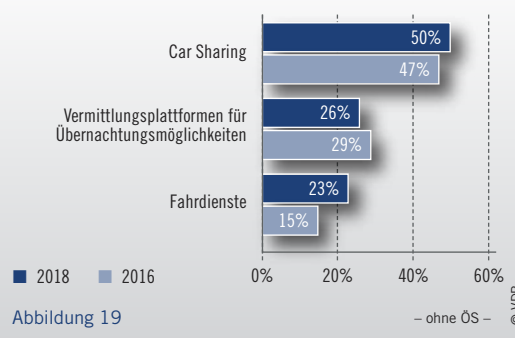
8 Trends und Tools im Check

Sharing Economy

„Ganz grundsätzlich: Welche der folgenden Angebote dürfen von Ihren Geschäftsreisenden gebucht werden?“²¹

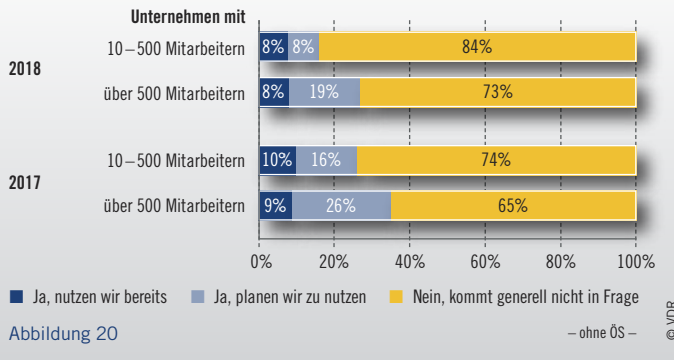
Car Sharing ist in der Transportauswahl der Geschäftsreisenden angekommen – heute erlaubt die Hälfte der Unternehmen die Buchung von car2go, DriveNow & Co. Auch Fahrdienste aus dem Sharing-Economy-Bereich sind etwas öfter akzeptiert als noch vor zwei Jahren. Etwa jede vierte Firma lässt grundsätzlich auch Übernachtungs-buchungen zu.

Buchungserlaubnis für die folgenden Angebote aus dem Bereich Sharing Economy:



²¹ Im Jahr 2016 wurde diese Frage nur den Teilnehmern gestellt, denen das jeweilige Angebot bekannt war. Um die Vergleichbarkeit zu gewährleisten, wurde die Annahme getroffen, dass die Buchung nicht erlaubt ist, wenn der Teilnehmer das Angebot nicht kennt.

Nutzung von Sharing-Economy-Angeboten im Übernachtungsbereich 2017/2018

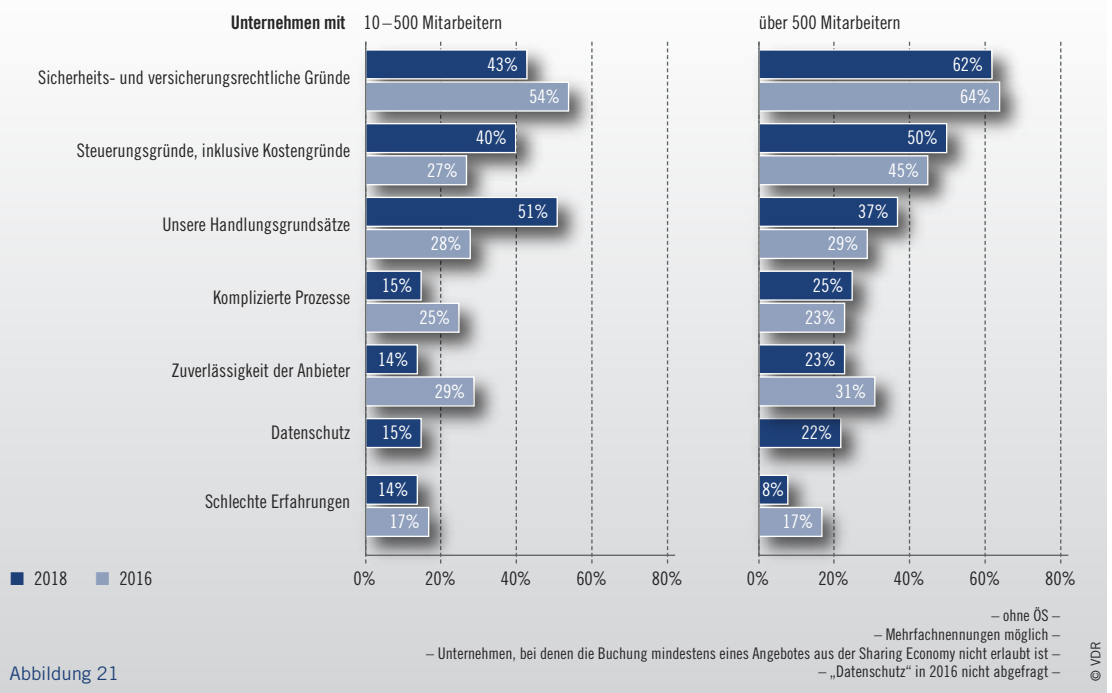


„Nutzen Sie derzeit Sharing-Economy-Übernachtungsangebote (wie Airbnb) bzw. arbeiten Sie an deren Implementierung?“

„Aus welchen Gründen sind Sharing-Economy-Angebote in Ihrem Unternehmen nicht erlaubt?“

Nach wie vor lehnt die Mehrheit der deutschen Unternehmen die Nutzung von Sharing-Economy-Übernachtungsangeboten für ihre Geschäftsreisen ab – 84 % der kleineren und 73 % der größeren haben sie nicht in ihrem Portfolio. Auch die Planungen, sie zu nutzen, sind im Laufe des Jahres 2017 seltener geworden. Sicherheits- und versicherungsrechtliche Bedenken bleiben seit zwei Jahren die wichtigsten Gründe, Sharing-Economy-Übernachtungsangebote aus der Palette der Übernachtungsmöglichkeiten herauszuhalten.²² Konkrete schlechte Erfahrungen haben zwar die wenigsten gemacht, doch unter den Geschäftsreiseverantwortlichen ist das Bewusstsein für Sonderaspekte wie Rechtsfragen und Integration der Sharing-Economy-Angebote in letzter Zeit sicherlich gestiegen. Weitere Dämpfer dürften auch die öffentliche Debatte rund um Wohnraumknappheit in Städten wie Berlin geliefert haben, die deutliche Restriktionen für die Anbieterseite mit sich gebracht hat.²³

Gründe, aus denen die Buchung von Sharing-Economy-Angeboten nicht erlaubt ist 2018/2016



²² VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 9 „Trends“, Abbildung 28, Seite 23.

²³ Vgl. mit Stichwort „Zweckentfremdung“ in Medien, z.B. www.br.de/mediathek/video/zweckentfremdung-von-wohnraum-illegale-vermietung-an-touristen-av:5b0d8669a6f102001898746d www.tagesspiegel.de/wirtschaft/airbnb-deutschlandchef-was-in-berlin-legal-oder-illegal-ist-ist-voellig-unklar/19714804.html www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2017-12/airbnb-home-sharing-berlin-vermietung-mietwohnungen-ferienwohnungen

Informationsquellen

An Geschäftsreiseverantwortliche: „Was denken Sie: Wie informieren sich Ihre Geschäftsreisenden im Vorfeld einer Geschäftsreise hinsichtlich der Anfahrt und der Unterkunft?“

An Geschäftsreisende: „Wie informieren Sie sich im Vorfeld einer Geschäftsreise hinsichtlich der Anfahrt und der Unterkunft?“

Zu diesem Thema wurden die Ergebnisse von zwei Befragungen gespiegelt: eine GfK-Umfrage unter Geschäftsreisenden²⁴ mit der Befragung von Geschäftsreiseverantwortlichen für diese Studie. Im Ergebnis positiv für Travel Manager ist es, dass die wichtigste Quelle für Geschäftsreisende die vom eigenen Arbeitgeber gebotenen Informationen sind: Wer seine Reisenden aufklärt und steuert, wird auch gehört. Dieses Ergebnis unterstreicht auch der im Kapitel 4 festgestellte Bedeutungszuwachs der Reiserichtlinie im Auswahlprozess von Übernachtungsangeboten. Wesentlich weniger zählen Tipps von Kollegen oder allgemein zugängliche Online-Dienste. Bei beiden Möglichkeiten haben die befragten Geschäftsreiseverantwortlichen deutlich andere Aussagen getroffen.²⁵

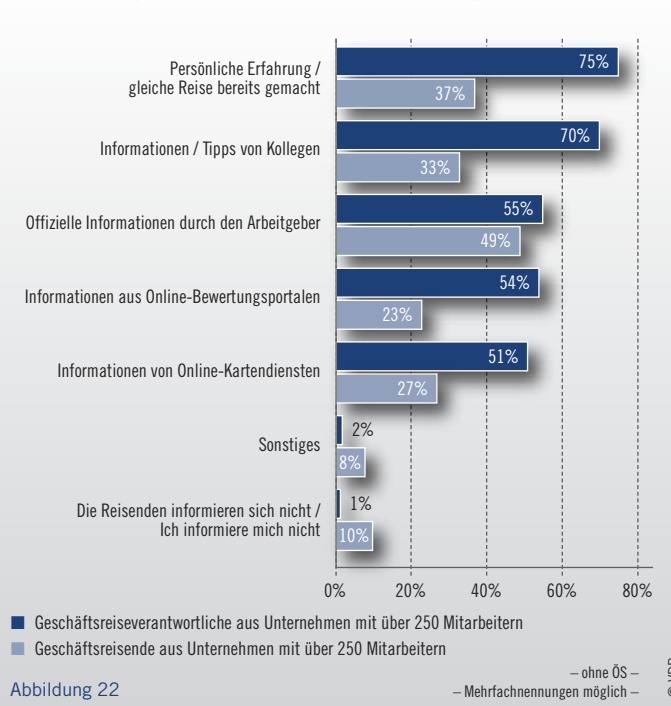
Neue Services & Tools

„Ganz grundsätzlich: Welche neuen Services, Tools oder auch Arbeitsweisen, Dienstleistungen und Prozesse würden Sie sich in Zukunft für die optimale Ausgestaltung betrieblicher Mobilität wünschen?“

Von allen Befragten beschrieben 14 % Wünsche und auch konkrete Vorstellungen. Auch nach zehn Jahren ist allen gemeinsam der Wunsch, innerhalb der eigenen Organisation einfacher arbeiten zu können. Zudem möchten viele ihren Reisenden angenehme und effiziente Prozesse und Tools an die Hand geben, um beispielsweise Fehler in der Abrechnungsphase zu vermeiden.

Web- und Videokonferenzen stehen nicht mehr auf der Liste wie noch im Jahr 2009. Dafür aber der Wunsch, solche bereits alltäglichen Alternativen zum Reisen in Planungstools aufzunehmen. Der Appell an den eigenen Betrieb, bereits am Markt vor-

Informationsquellen der Geschäftsreisenden – gespiegelt



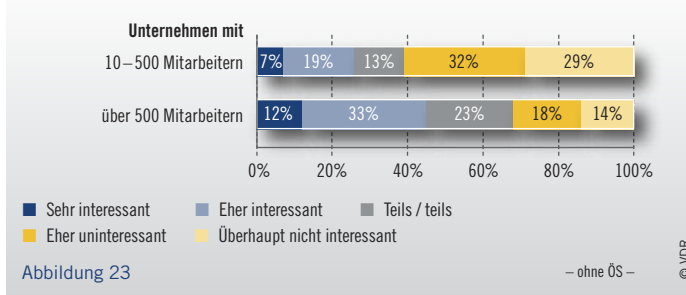
handene Digitalisierungstools wie Reiseplanungs-, Buchungs- und Abrechnungstools sowie auch Apps, einzukaufen ist insbesondere im öffentlichen Sektor sehr deutlich. Zu oft seien Abläufe noch papierbasiert.

Der zweite Hauptbereich der grundsätzlichen Wünsche gilt den Partnern am Markt: Die „eierlegende Wollmilchsau“ für das ganzheitliche Management betrieblicher Mobilität, für nahtloses Reisen, „door-to-door“ und prozessumfassend, gibt es noch nicht. Kombinierte Mobilitätsangebote, z.B. durch Integration von Car Sharing in ganzheitliche Systeme gehen in diese Richtung. Insgesamt überwiegt das Ziel der Digitalisierung und weniger zwischen Tools und Reports wechseln zu müssen. Der Weg dorthin würde auch mehr Branchenstandards für Prozesse und Verträge voraussetzen. Neu und ganz praktisch bei zunehmender E-Mobilität: Das E-Tankstellennetz sollte ausgebaut werden.

²⁴ GfK DRWVDR Geschäftsreisendenbefragung: Eine Onlinebefragung bei 1.500 Teilnehmern der Geschäftsreisendenbefragung im Rahmen des GfK MobilitätsMonitors im November und Dezember 2017. Mehr Resultate: www.vdr-service.de/service/pressemitteilungen/news/geschaeftsreisen-2018-persoenliche-begegnung-bleibt-wertvoll

²⁵ Der erste Aspekt „Persönliche Erfahrung“ kann hier vernachlässigt werden, weil einerseits die Geschäftsreisendenbefragung vermutlich viele Antworten von Reisenden enthält, die nicht hauptsächlich auf den gleichen Strecken unterwegs sind, andererseits aber ein Geschäftsreiseverantwortlicher für mehrere Reisende spricht.

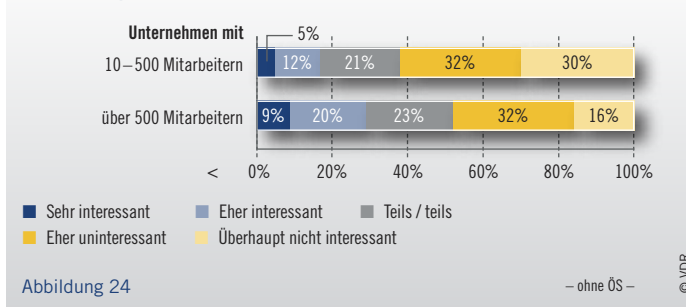
Interesse an einer „Gesundheitsampel“ vor der Reise



„Gesundheitsampel“ vor der Reise: Wie interessant wäre ein Tool mit einem Frühwarnsystem?“

Einerseits kann sich häufiges Reisen negativ auf die Gesundheit auswirken. Andererseits haben Firmen eine gesetzlich verankerte Fürsorgepflicht für ihre Mitarbeiter. Wie können reisebedingte Belastungen möglichst geringgehalten werden? Sind digitale Innovationen der Weg? Reisen „um jeden Preis“ könnte möglicherweise einfach und systematisch reduziert werden. Ein Tool mit einem „Ampel-“ oder „Frühwarnsystem“ ist aus heutiger Sicht vor allem für größere Unternehmen von Interesse. Größere Reisevolumina und höherer Professionalisierungsgrad sensibilisieren für derartige Innovationen. Doch auch jede vierte Firma im Mittelstand findet die Idee interessant. Ein Tool sollte einerseits individualisiert einsetzbar und andererseits datenschutzseitig abgesichert sein – mit Regeln, die im Interesse des Reisenden vom Unternehmen mit definiert werden und bereits im Genehmigungsprozess greifen. Ein solches System könnte möglicherweise auch den Einfluss der Geschäftsreiseverantwortlichen im Gesamtprozess erhöhen.

Interesse an einer technischen Lösung zur Verwaltung von Bonuspunkten/-meilen



„Wie interessant ist für Ihr Unternehmen eine technische Lösung zur Verwaltung von Bonuspunkten, wenn diese Lösung auch private und geschäftlich erworbene Meilen trennen kann?“

Bonuspunkte aus Loyalitätsprogrammen können neben eher privaten Anliegen wie Shopping oder Wohltätigkeitszwecken auch zur reisebezogenen Kostenreduktion, für Upgrades oder zur Kompensation des CO₂-Fußabdrucks eingesetzt werden. Nur wenige der befragten Firmen haben in der Vergangenheit darauf bestanden, die auf Geschäftsreisen gesammelten Punkte und Meilen für weitere geschäftliche Buchungen zu nutzen.²⁶ Dennoch ist Transparenz in der Frage, ob solche Punkte privat oder geschäftlich erworben wurden, für 52 % der größeren und 38 % der kleineren Unternehmen zumindest teilweise interessant.

²⁶ Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 4 „Strategien im Travel Management“, Abbildung 18, Seite 15.

9 Sicherheit und Datenschutz

Sensibilisierungsgrad

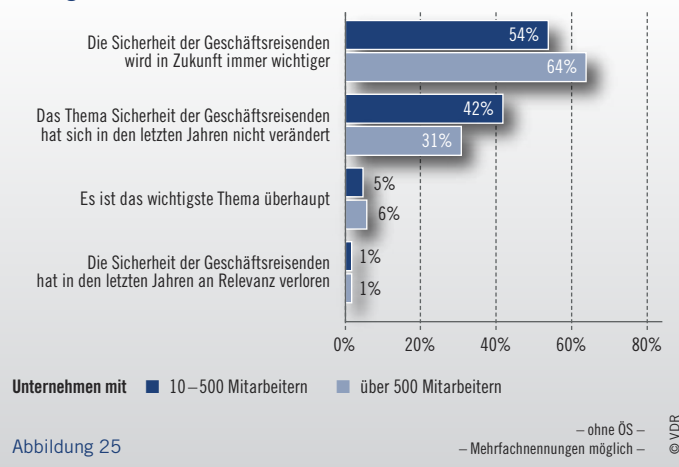
„Beschäftigt sich Ihr Unternehmen mit dem Thema Sicherheit der Reisenden auf Geschäftsreisen?“

„Welche Aussagen zum Thema Sicherheit der Geschäftsreisenden treffen auf Ihr Unternehmen zu?“

Nach wie vor gibt es eine Bandbreite von Risiken, wenn man privat oder geschäftlich die Koffer packt. Insbesondere die in den Jahren 2015 und 2016 gestiegene Häufigkeit von Terroranschlägen und die entsprechenden Medienberichte ließen die Unternehmen deutlich sensibler werden. Aktuell sind Fragen der Sicherheit auf Geschäftsreisen in der deutschen Wirtschaft etwas weniger präsent – möglicherweise, weil entsprechende Maßnahmen in den letzten Jahren getroffen wurden und somit vorerst als „erledigt“ gelten können. Heute beschäftigen sich 53 % des Mittelstandes, 76 % der größeren Firmen und 58 % des öffentlichen Sektors aktiv mit diesem Thema (ohne Abbildung).

Von 54 % der kleineren und 64 % der größeren Firmen wird angegeben, dass die Sicherheit der Geschäftsreisenden in Zukunft „immer wichtiger“ wird. Nur für 5 % bzw. 6 % der Unternehmen ist es zurzeit „das wichtigste Thema überhaupt“.

Aussagen zum Thema Sicherheit



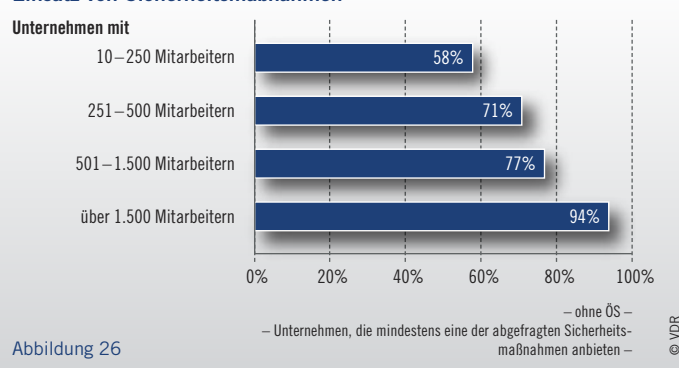
Maßnahmen

„Werden den Geschäftsreisenden in Ihrem Unternehmen Maßnahmen in Bezug auf das Thema „Sicherheit auf Geschäftsreisen“ angeboten? Wenn, ja welche?“

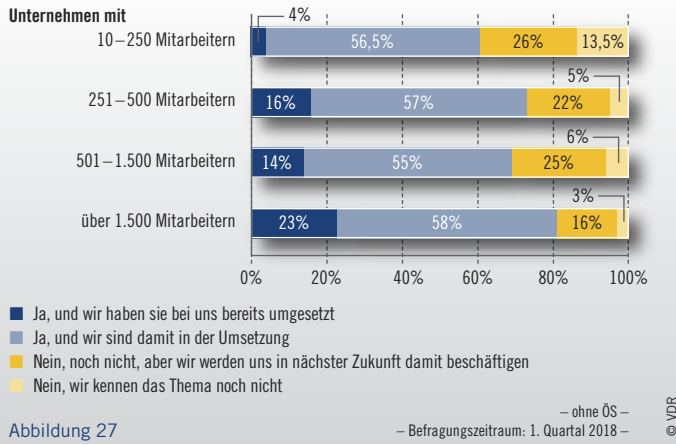
Die Mehrheit deutscher Betriebe bietet mindestens eine Maßnahme an, um die Sicherheit auf Geschäftsreisen zu erhöhen – in den größten Firmen sind es 94 %. Im öffentlichen Sektor bejahen diese Frage 75 % der Organisationen (ohne Abbildung).

Unverändert sind die wichtigsten Maßnahmen „Hinweise zum Datenschutz auf Geschäftsreisen“, „Kommunikation mit Reisenden in Gefahrensituationen“ sowie „Gesundheits- und Präventionsprogramme“. Aktuell hat das Angebot an Sicherheitstrainings für In- und Ausland etwas abgenommen. Offenbar werden solche Maßnahmen auch je nach Reiseziel und in Bedarfswellen angeboten – wer sein reisendes Personal in der nahen Vergangenheit einmal geschult hat, muss dies nicht ständig tun. Ein weiterer Aspekt ist das Traveller Tracking: Dieses wird von 34 % der größeren und 17 % der kleineren Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern genutzt. Im öffentlichen Sektor ist so heute knapp jede zehnte Organisation in Echtzeit über den Aufenthaltsort ihrer Reisenden im Bilde (ohne Abbildung).

Einsatz von Sicherheitsmaßnahmen



Beschäftigung mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)

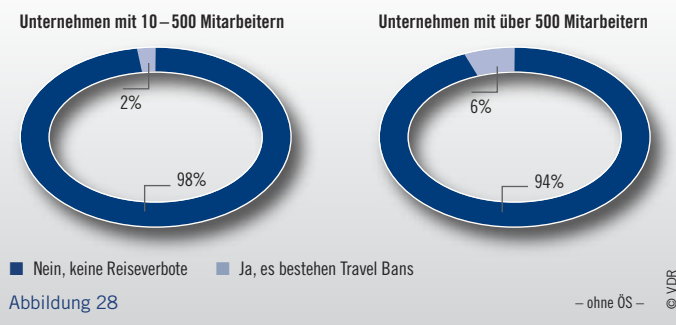


Datenschutz

„Haben Sie sich mit dem Thema EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) beschäftigt?“

Mit der DSGVO wurde das Datenschutzrecht innerhalb der EU zum 25. Mai 2018 einheitlich und unmittelbar geregelt: Die darin enthaltenen Vorgaben zum Datenschutz sind seither anzuwenden, auch ohne die separate Übertragung in nationales Recht.²⁷ Neuerungen insbesondere im Bereich der Verarbeitung personenbezogener Daten sind für das Mobilitätsmanagement relevant. Daher hat sich der VDR dem Thema frühzeitig gewidmet und entsprechende Empfehlungen, Praxisbeispiele und weiterführende Informationen bereitgestellt.²⁸ Nur wenigen Unternehmen war diese Neuerung zum Befragungszeitpunkt im ersten Quartal 2018 noch unbekannt: die meisten steckten mitten in der Umsetzung. Im öffentlichen Sektor hatte, wie bei den großen Unternehmen, jede fünfte Organisation die Umstellungsmaßnahmen bereits abgeschlossen.

Reiseverbote 2018



Reiseverbote 2018

„Aufgrund von Sicherheitslagen oder politischen Veränderungen: Gibt es für Ihr Unternehmen Reiseländer, für die sogenannte „Travel Bans“, d.h. Reiseverbote für das laufende Jahr ausgesprochen wurden (trotz evtl. weiterhin bestehender Geschäftsbeziehungen)?“

„Wurde in Ihrem Unternehmen im Laufe des Jahres 2017 aufgrund von Budgetgrenzen ein Reisestopp ausgesprochen?“

Die absolute Mehrheit deutscher Unternehmen hat 2018 keine Reiseverbote aus politischen, budgetbedingten oder Sicherheitsgründen erteilt. Aufgrund von Ausgabengrenzen waren es 4 % der Unternehmen (ohne Abbildung). Doch wenn „Travel Bans“ ausgesprochen worden sind, gelten sie vor allem für die Türkei – vielerlei Wirtschaftsbeziehungen sind dadurch betroffen. Außerdem werden Krisengebiete mit kriegerischen Auseinandersetzungen vermieden. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Handelsbeziehungen und -verflechtungen mit den USA entwickeln. Sollten Handelshemmnisse durch Zölle und andere Maßnahmen zunehmen, werden auch Geschäftsreisen negativ betroffen sein.

²⁷ Vgl. www.datenschutz.org sowie www.datenschutz-grundverordnung.eu

²⁸ Siehe: www.vdr-service.de/der-verband/fachthemen/dsgvo/

Substitution von Geschäftsreisen

„Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen Telefon-, Web- oder Videokonferenzen?“

Virtuelle Meetings mit allen modernen Kommunikationsmitteln sind in den meisten Unternehmen in den letzten 15–20 Jahren Alltag geworden. Heute sind die Gründe, auf eine Geschäftsreise zu verzichten, vielfältiger – neben Kosteneinsparungen und Arbeitseffizienz wird auch über die Sicherheit, Nachhaltigkeit und das Mitarbeiterwohl mehr nachgedacht als früher. Telefonie steht als Ersatz für eine Geschäftsreise noch an der Spitze, doch wenn die Breitbandinfrastruktur auch in Deutschland weiter

ausgebaut wird, ist die Situation in zehn Jahren vermutlich eine andere.²⁹ War im Jahr 2008 die Möglichkeit zu webbasierten Konferenzen noch ein Novum, hat dieser Kommunikationskanal heute Videokonferenzen in der Beliebtheit überholt. Am deutlichsten ist die Modernisierung im öffentlichen Sektor vorangeschritten: Heute gehören zu den Nutzern von Telefon-, Web- oder Videokonferenzen 82 % der Organisationen; vor zehn Jahren waren es erst 42 % (ohne Abbildung).

Nutzung von Telefon-, Web- oder Videokonferenzen

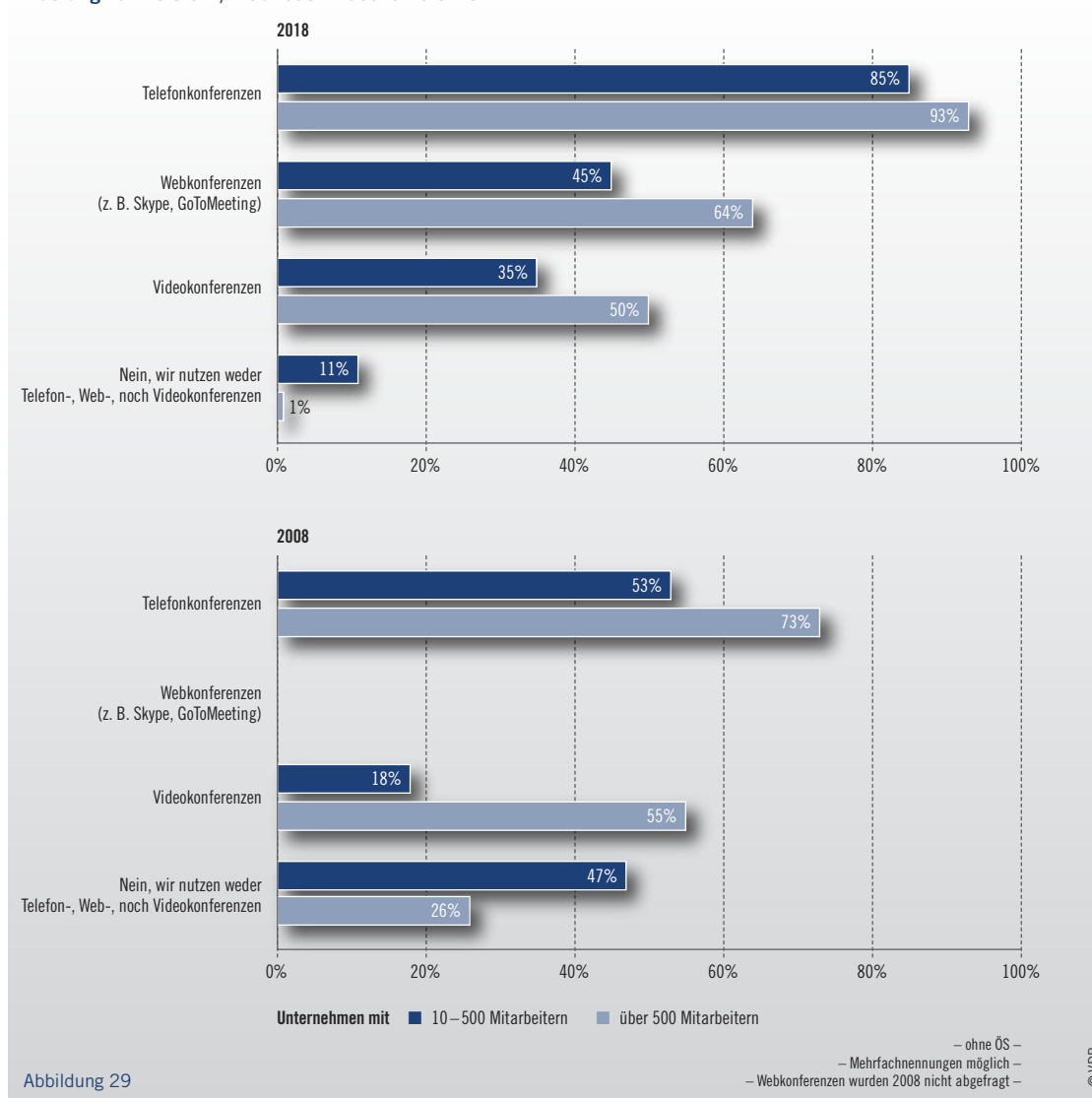


Abbildung 29

²⁹ Vgl. www.dstg.de/dstgb/Homepage/Schwerpunkte/Breitbandinfrastruktur/

10 Zielländer 2019

„Welche Zielländer werden 2019 für Geschäftsreisen an Bedeutung gewinnen?“³⁰

Mit 165,9 Millionen Reisen und somit 88 % am Gesamtaufkommen bleiben Inlandsreisen das Rückgrat deutscher Geschäftsreisertätigkeit. Daher zielte diese Frage auf das Ausland – wo sind die Gewinner, die aufgrund von bestehenden oder neuen Geschäftsbeziehungen auch von deutschen Geschäftsreisenden aufgesucht werden? Zu dieser Frage haben 36 % der Befragten mindestens ein Land genannt. Die Top 3 der ausländischen Reiseziele für das kommende Jahr sind auch unter den wichtigsten fünf Handelspartnern 2017: USA, China und das Vereinigte Königreich. Von den Nachbarländern ist Frankreich sowohl als Handelspartner als auch Reiseziel am bedeutendsten. Neuzugänge unter den zunehmend wichtigen Reisezielen sind das aus den Krisenjahren wieder aufgestandene Spanien sowie das globale „Boomland“ Indien – in der Rangliste der deutschen Handelspartner belegten sie im Vorjahr den 12. bzw. 26. Platz.³¹

³⁰Die Abbildung 30 zeigt die erwartete individuelle Bedeutung der Länder für die Geschäftstätigkeit der Unternehmen 2019. Sie erlaubt jedoch keine Rückschlüsse auf konkrete Reisevolumina in diese Länder oder Ausgaben für die getätigten Reisen.

³¹Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis): Fachserie 7, Reihe 1, Außenhandel Jahr 2017, Tabelle 1.6, Wiesbaden 2018.

„Welche Zielländer werden 2019 für Geschäftsreisen an Bedeutung verlieren?“

Geschäftsreisen sind ein sensibler Seismograph für die Stimmungslagen der Wirtschaft. Politische Verwerfungen, Brexit und Drohgebärden in internationalen Handelsbeziehungen berühren auch zunehmend den Alltag von Geschäftsreisenden. Protektionismus und Reisehemmnisse stören bestehende Geschäftsbeziehungen oder erschweren den Aufbau von neuen Businesskontakten.

Zu dieser Frage haben nur 15 % der Befragten mindestens ein Land genannt. Daher werden die Veränderungen nicht schnell und verheerend sein. Diese Geschäftsreiseverantwortlichen erwarten aus heutiger Sicht, dass die Türkei, die USA, Russland und Polen im Jahr 2019 weniger oft geschäftlich bereist werden. Und in manchen Unternehmen wirft der Brexit bereits seine Schatten voraus – mit weniger Geschäftsreisen ins Vereinigte Königreich.

Top 10 der Zielländer 2019



Abbildung 30

Methodik und Impressum

Methodik

Wie in den Vorjahren bilden die Grundgesamtheit der Untersuchung alle Unternehmen mit Sitz in Deutschland – auch diejenigen mit Aktivitäten im Ausland – sowie Organisationen des öffentlichen Sektors ab zehn Mitarbeitern. Anhand dieser Merkmale erfolgt eine gleich verteilte Quotierung in den vier Branchen Verarbeitendes Gewerbe/Bau, Dienstleistung, Handel sowie öffentlicher Sektor (ÖS) unter gleichgewichtiger Berücksichtigung von vier Betriebsgrößenklassen. Die Ergebnisse aus den Unterneh-

men und dem öffentlichen Sektor werden aufgrund branchenbedingter Unterschiede meistens getrennt dargestellt. Die entsprechende Datenbasis wird an den jeweiligen Stellen deutlich gemacht:

- Bei „Unternehmen“/„Firmen“ ist der öffentliche Sektor ausgeklammert („– ohne ÖS –“).
- Mit „Betrieben“ sind sowohl Unternehmen als auch Organisationen des öffentlichen Sektors gemeint.

Zahl der Betriebe und ihrer Beschäftigten nach Betriebsgrößenklassen und Wirtschaftsabschnitten (angepasster Wirtschaftszweig WZ 03) in Deutschland

Summe	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit ... Beschäftigten)									
	10–250		251–500		501–1.500		über 1.500		Gesamt	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
	449.779	15.980.198	9.249	3.184.631	4.393	3.457.175	1.224	3.646.175	464.645	26.268.179

– Stand: 2017 –
– ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten –
© VDR

Tabelle 2 Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg. Berechnung anhand der WZ08 (2016 und 2017) und der WZ03 (2008)

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und März 2018 wurden 800 computergestützte Telefon- und Online-Interviews mit Personen geführt, die für das Management von Geschäftsreisen zuständig sind beziehungsweise organisatorisch befugt sind, die gesuchten Daten zur Verfügung zu stellen.

Somit spiegeln die Antworten auf qualitative Fragen die zum Zeitpunkt der Befragung aktuelle Situation wider, alle anderen basieren auf den Zahlen des Jahres 2017. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 2).

Bei den Berechnungen von prozentualen Veränderungen werden genaue Zahlen verwendet (Beispiel: jährliche Gesamtkosten für Geschäftsreisen). Darauf ist zurückzuführen, dass beim Rechnen mit den im Text oder in den Abbildungen verwendeten gerundeten Zahlen hinter dem Komma zum Teil unterschiedliche Ergebnisse entstehen.

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

- Betriebe mit 10–250 Mitarbeitern
- Betriebe mit 251–500 Mitarbeitern
- Betriebe mit 501–1.500 Mitarbeitern
- Betriebe mit über 1.500 Mitarbeitern

Aufgabenbereich der Interviewpartner 2018

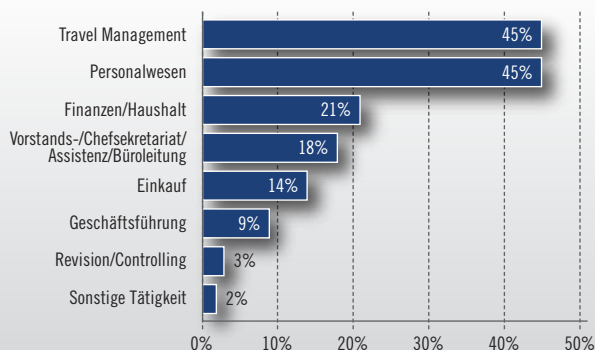


Abbildung 31

– Mehrfachnennungen möglich –

Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2018

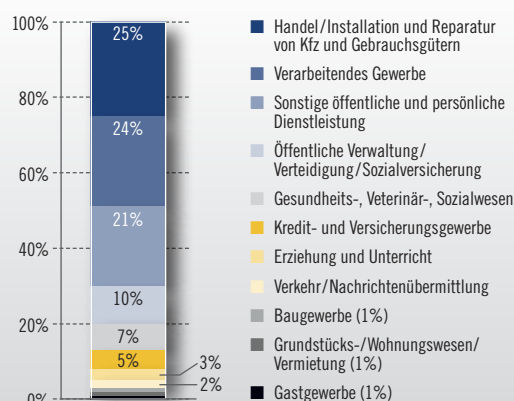


Abbildung 32

© VDR

Das Forschungsteam

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) definiert seit 2003 als Herausgeber unter Einbeziehung seiner Mitglieder die grundlegende Struktur für diese Analyse und wählt aktuelle Fragestellungen aus, die unter anderem von Lesern angeregt werden. United Research AG übernimmt die Feldarbeit sowie die wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung, die von der Firma Research Factory durchgeführt wird. Antje Adam, Viola Eggert, René Vorspohl (VDR) und Claudia Mock (United Research) arbeiten mit der Projektleiterin Kirsi Hyvaerinen (PRÁTTO Consulting) im Rahmen der fachlichen Analyse, Redaktion sowie organisatorischen Betreuung des Studienprojektes zusammen. Auch Ehrenamtliche bringen ihre Fach-

kompetenz von Anfang an mit ein: aus dem VDR-Präsidium Daniela Schade und Ralph Rettig sowie je nach Themenschwerpunkt auch VDR-Fachauschussleiter.

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) setzt sich als Interessenvertretung der deutschen Wirtschaft zum Thema Geschäftsreisemanagement für effiziente, wirtschaftliche, sichere, ungehinderte, weltweite Reisemöglichkeiten für Unternehmen ein. Er vertritt mit seinen über 550 Mitgliedsunternehmen einen Gesamtumsatz im Geschäftsreisebereich von jährlich mehr als zehn Milliarden Euro.

Impressum

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007–2018) sowie deutsch- und englischsprachige Management Summaries der Jahre 2003–2006 sind kostenfrei verfügbar unter www.geschaeftsreiseanalyse.de.

Der Inhalt dieses Dokuments unterliegt dem Urheberrecht. Veränderungen, Kürzungen, Erweiterungen und Ergänzungen, jede Veröffentlichung oder Übersetzung, gewerbliche Nutzung oder Nutzung zu Schulungszwecken durch Dritte bedürfen der vorherigen schriftlichen Einwilligung durch den VDR. Jede Vervielfältigung ist nur zum persönlichen Gebrauch gestattet und nur unter der Bedingung, dass dieser Urheberrechtsvermerk beim Vervielfältigen auf dem Dokument selbst erhalten bleibt. Zitate aus der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2018 mit Hinweis auf die Quelle sowie unter Beachtung der angegebenen Sekundärquellen sind ausdrücklich erwünscht, Beleg erbeten.

Soweit in den Texten nur die männliche Form gebraucht wird, geschieht dies aus Vereinfachungsgründen. Weibliche und männliche Form sind damit gleichermaßen gemeint.

Herausgeber

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 695229 0
Fax +49 69 695229 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Copyright © Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) 2018 All rights reserved.
Originalausgabe 2018

Layout

Kugelstadt MedienDesign
Weyprechtstraße 3
64283 Darmstadt
Tel. +49 170 1880964
KMD_DA@t-online.de

Druck

Werbedruck Petzold GmbH
Robert-Bunsen-Straße 41–43
64579 Gernsheim
Tel. +49 6258 93250
info@werbedruck-petzold.de



Diese Broschüre wurde klimaneutral gedruckt
auf zertifiziertem Papier aus Recyclingfasern

cytric Travel & Expense

Geschäftsreise-Management
in neuer Dimension

Die Wahl falscher Tarife, das Ignorieren von Reiserichtlinien und der Verwaltungsaufwand treiben die Kosten von Geschäftsreisen in die Höhe. Mit cytric Travel & Expense, der in Europa führenden, cloudbasierten Gesamtlösung für das Travel Management, sinken die Reisekosten dramatisch – regelkonforme Buchungen und Abrechnungen sind durchgängig sichergestellt.

www.cytric.net

VDRVerband Deutsches
Reisemanagement e.V.

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt am Main
Tel. +49 69695229 0
Fax +49 69695229 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Mit freundlicher
Unterstützung von



ACCOR HOTELS
Feel Welcome



**AMERICAN
EXPRESS**



cyTRIC
TRAVEL & EXPENSE



**Carlson
Wagonlit
Travel**



Lufthansa



ITB
BERLIN