

VDR

Verband Deutsches
Reisemanagement e.V.



VDR-Geschäftsreiseanalyse 2019

17. Ausgabe

Diplomat.
Feuerwehrmann.
Entertainer.
Analyst.
Verhandlungsführer.

Ihr Job ist vielfältig - wir machen ihn etwas leichter.

CWT unterstützt Sie bei der Optimierung Ihrer Geschäftsreisen. Egal wie Ihre Anforderungen sind – wir haben das passende Angebot für Sie: transparent, serviceorientiert und kosteneffizient.

carlsonwagonlit.de



Inhalt

Auf dem Weg zu neuen Erfolgsindikatoren.....	4
1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick	5
2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen	7
Anzahl	7
Kosten	7
Geschäftsreisende.....	8
Dauer.....	8
Reiseanlass – intern oder extern	9
3 Struktur der Geschäftsreisekosten	10
Durchschnittskosten.....	10
Kostenbereiche	10
Einsparungen	11
4 Übernachtungen, Hoteleinkauf, MICE.....	12
Gesamtentwicklung.....	12
Übernachungskategorien Ausland.....	14
Einkauf und Management des Hotelprogramms	15
5 Travel Management: Positionierung.....	18
Verantwortungsbereich im Unternehmen	18
Arbeitgeberattraktivität und Rolle des Travel Managements.....	19
6 Neue Arbeitsweisen: Künstliche Intelligenz	20
Nutzungsgrad	20
Bewertung.....	20
Vorbereitung	21
7 Bürokratieabbau, Brexit	22
Bürokratiehemmnisse	22
Meldepflicht.....	23
A1-Bescheinigung.....	24
Reisekostenabrechnung.....	25
Digitalisierungsgrad des Geschäftsreiseprozesses	26
Brexit: Folgenabschätzung	27
Methodik und Impressum	28
Methodik.....	28
Das Forschungsteam	29
Impressum	30

Auf dem Weg zu neuen Erfolgsindikatoren

Zwischen Klimaschutz und Kapazitätsengpässen beschäftigen sich Travel Manager öfter auch mit der Substitution der Geschäftsreise. Denn: Weniger Reisen bedeuten auch weniger Stress für die Mitarbeiter und ein besseres Gleichgewicht zwischen Arbeit und Freizeit. Unternehmen, die unnötige Business Trips vermeiden, verbessern zudem die Klimabilanz und können Betriebsergebnis und Arbeitgeberattraktivität steigern. Doch wer weder aus familiären, ökologischen noch aufgrund der besseren Arbeitszeiteffizienz auf eine Geschäftsreise verzichten kann, braucht verlässliche Kapazitäten und gute Services für unterwegs sowie Prozesse, die den Fokus auf die eigentliche geschäftliche Tätigkeit zulassen.

Einen Streik können sich Geschäftsreisende nicht leisten. Betroffen sind sie davon jedoch allzu oft. Verspätungen, Infrastrukturengpässe, Lücken in der Mobiltelefonie und nicht zuletzt die endlosen Großprojekte lassen Deutschlands Innovationsfähigkeit und Infrastruktur nicht immer im besten Licht erscheinen. Und: Europa muss hinsichtlich Zukunftsmobilität, Bürokratieabbau und Digitalisierung näher zusammenrücken. Dazu gehören unter anderem Konzepte, die Kurzstreckenflüge ersetzen, Staus vermeiden, Regelungen harmonisieren und in der Datennutzung dem Grundprinzip der digitalen Souveränität folgen.¹ Der Erfolg des modernen Mobilitätsmanagements hängt auch davon ab, wie wir dessen vielseitige innerbetriebliche und globale Synapsen künftig miteinander verknüpfen werden.

Wie gut sind wir auf die neue Ära der künstlichen Intelligenz (KI) vorbereitet? Was tut sich im Bereich Bürokratieabbau? Und welche Geschäftsmodelle können den Travel Managern von morgen am ehesten helfen, die Aufgabenpalette dieser Querschnittsdisziplin erfolgreich zu meistern? Diesen und weiteren Fragen ist diese 17. VDR-Geschäftsreiseanalyse mit aktuellen Zahlen, Fakten und Trends gewidmet.

Als Deutschlands größtes Netzwerk für modernes Mobilitätsmanagement vertritt der VDR 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 Orientierungshilfen durch bewegte Zeiten. Daher sind Ihre Anregungen, liebe Leser, sehr wichtig für uns bei der Gestaltung der relevanten Fragestellungen. Wir freuen uns mit Ihnen auf die Lektüre der diesjährigen Resultate.

¹ Vgl. <https://t3n.de/news/europaeischen-weg-digitalisierung-1158076/>

1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

Die Eckdaten 2018:

2018 gab es 12 Millionen Geschäftsreisende ²	+ 7,0%
189,6 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von	+ 1,1%
53,5 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit	+ 1,8%
162 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag.	+ 3,2%

2017:

11,2 Mio. Geschäftsreisende
187,5 Mio. Geschäftsreisen
52,5 Mrd. Euro
157 Euro

Mehr Geschäftsreisende im Inland

Der Beschäftigungsrekord hat auch die Anzahl Geschäftsreisender mit in die Höhe getrieben. Das vergleichsweise leichte Wachstum an Geschäftsreisen kam vor allem dem Inland zugute: Wo die Wirtschaft läuft, sind Geschäftsreisende unterwegs – hier allerdings immer öfter nur auf Tagesreisen.

Der Ausgabenanstieg um 1,8% entsprach der Jahresinflationsrate, trotz weiterhin ansteigender Preise für Übernachtungen. Der öffentliche Sektor trug zum Gesamtwachstum mit 3,0% mehr Dienstreisevolumen bei.

(Abbildungen 1–4, Seite 7 ff.)

Zum internen Meeting reisen – immer notwendig?

Obwohl die Mehrheit der Geschäftsreisen zu Kunden, Lieferanten oder etwa Messen und Ausstellungen führt, sind unternehmensinterne Meetings, Fortbildungen, Arbeitsgruppen und dergleichen der Grund für 37% der Geschäftsreisen. Mit dem heutigen Fortschritt von webbasierten Lösungen der Kommunikation und Kollaboration dürften Potenziale bestehen, die eine oder andere intern bedingte Reise zu streichen.

(Abbildung 5, Seite 9)

Drei Sterne auch in der Ferne

Nun auch im Ausland: Der Anteil von Buchungen zugunsten der 3-Sterne-Kategorie hat sich im Fünfjahresvergleich auf 58% erhöht und damit nahezu verdoppelt. Doch nach welchen Kriterien entschei-

den die Verantwortlichen? Eine vergleichsweise bekannte und doch zeitgleich neue Idee ist es, Loyalitätsprogramme der Hotellerie für die Steuerung einzusetzen.

Etwa jede dritte der kleineren und die Hälfte der größeren Firmen nutzen diese Möglichkeit, um vor allem ihre Geschäftsreisenden innerhalb der Reise-richtlinie zu halten und ihnen damit Annehmlichkeiten zu verschaffen.

(Abbildung 9, Seite 14 und Abbildung 12, Seite 17)

Sharing Economy im Aufwind

Deutlich im Aufwind befinden sich Sharing-Economy-Angebote. Inzwischen erlauben 42% der Unternehmen und 41% der Organisationen aus dem öffentlichen Sektor ihren Mitarbeitern, Übernachtungen über ein Sharing-Economy-Portal zu buchen.

Auch die Akzeptanz von Car Sharing wächst zweistellig. In den vergangenen Jahren waren die Bedenken der Mobilitätsmanager groß, da viele Fragen zu Sicherheit und Versicherung bei Sharing-Economy-Angeboten unbeantwortet blieben.

(Abbildung 10, Seite 14)

Travel Manager können Arbeitgeberattraktivität steigern

Im Wettbewerb um Nachwuchstalente müssen Unternehmen angesichts der Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt zunehmend Maßnahmen ergreifen, um die eigene Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen.

² Beschäftigte eines Unternehmens oder einer Organisation des öffentlichen Sektors, die mindestens eine Geschäftsreise beziehungsweise Dienstreise im Jahr unternehmen.

Das Travel Management kann hierzu interessante Beiträge leisten. 42 % der Unternehmen sind hier mit entsprechenden Ideen aktiv. Als wichtigste Instrumente gelten bei ihnen die Substitution von vermeidbaren Geschäftsreisen durch Video-, Web- oder Telefonkonferenzen, Dienstwagen als Gehaltsbestandteil, systematisches Feedback der Geschäftsreisenden sowie die Möglichkeit, eine Geschäftsreise mit einem Privataufenthalt zu kombinieren.

(Abbildung 15, Seite 19)

Künstliche Intelligenz – nur ein heißer Hype?

Nein, das ist sicher: Künstliche Intelligenz (KI) ist gekommen, um zu bleiben. Im Mobilitätsmanagement ist jedoch noch viel Luft nach oben: KI wird vom Großteil der deutschen Betriebe weder genutzt, noch wird ihr Einsatz geplant – bis jetzt. Und wer sich bereits nützliche Einsatzmöglichkeiten vorstellen kann, braucht Fortbildung. Die meisten Travel Manager sehen ihren Arbeitsplatz durch KI nicht gefährdet.

(Abbildungen 16–18, Seite 20 ff.)

Digital-Deutschland – quo vadis?

Mit der fortschreitenden Digitalisierung geht bereits seit über einem Jahrzehnt auch der Wunsch vieler Travel Manager einher, sämtliche Geschäftsreiseprozesse elektronisch abbilden zu können. Die Reisebuchung erfolgt in 56 % der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern inzwischen komplett digital.

Doch bei der Reiseplanung und -genehmigung sowie der Reisekostenabrechnung ist in vielen Unternehmen noch Papier im Einsatz: Jede fünfte Firma im Mittelstand arbeitet in diesen Prozessen noch komplett analog. Im öffentlichen Sektor läuft die Reisekostenabrechnung in 41 % der Organisationen vollständig papierbasiert und von diesen planen

64 % derzeit auch keine Änderung dieser Praxis. (Abbildung 23, Seite 26)

Weitsicht der Politik und Bürokratieabbau dringend geboten

Nahezu die Hälfte der deutschen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern und jedes dritte im Mittelstand leiden unter überspitzter Bürokratie. Für 81 % dieser größeren Firmen sind die Meldepflicht von Geschäftsreisenden in das EU- und EFTA-Ausland sowie der – noch – zu erbringende Nachweis der deutschen Sozialversicherung („A1-Bescheinigung“) die derzeit größten bürokratischen Hürden im Travel Management.

Bei künftigen Beschlüssen fordert der VDR deutlich mehr Weitblick seitens der politischen Entscheidungsträger und Einbeziehung der fachkundigen Betroffenen, bevor die Wirtschaft erneut unnötig mit immensen organisatorischen, prozessualen und finanziellen Herausforderungen konfrontiert wird, zumal viele bürokratische Hürden auch der Digitalisierung im Wege stehen.

(Abbildung 19, Seite 22)

Noch kein Brexit, aber Folgen in Sicht

Nach Einschätzung der Mobilitätsmanager von Firmen, die Reisen nach Großbritannien organisieren, wird sich der Brexit negativ auf die Geschäftsreisefähigkeit auf die Insel auswirken.

Rund ein Drittel rechnet mit einem Rückgang der Geschäftsreisen dorthin. 56 % gehen davon aus, dass die Zahl der Reisen auf dem derzeitigen Niveau verbleiben wird. Der Rest kann die Folgen des Brexits noch nicht einschätzen. Wer enge Geschäftsbeziehungen mit Großbritannien pflegt, sollte das Travel Management unbedingt in die Vorbereitungen einbeziehen.

(Abbildung 24, Seite 27)

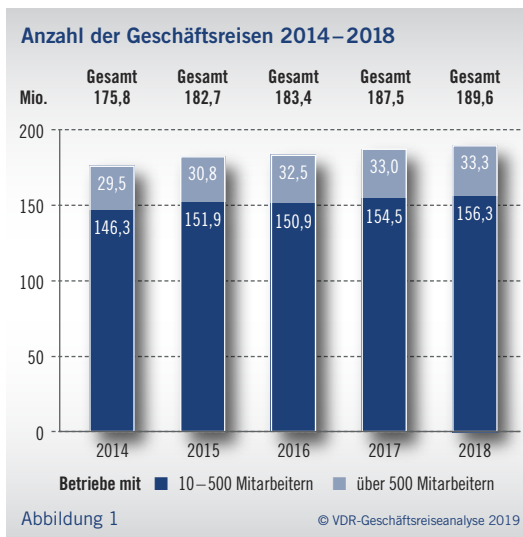
2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen

Anzahl

Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2018 durchgeführt? ☞☞

Die deutsche Wirtschaft ist 2018 das neunte Jahr in Folge gewachsen, aber dennoch „knapp an einer leichten Rezession vorbeigeschrammt“ – so die Meldungen nach der Bekanntgabe der Jahresergebnisse.³ Hierfür mit verantwortlich waren vor allem die schwächere globale Konjunktur sowie der Handelskonflikt mit den USA.

Während die Exporte belastet wurden, kamen positive Impulse erneut aus der Inlandsnachfrage. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag im Jahresdurchschnitt um 1,5 % höher als im Vorjahr.⁴ Ebenfalls etwas gedämpft stieg die Anzahl der Geschäftsreisen im Jahr 2018 um 1,1 %. Der öffentliche Sektor trug mit 3,0 % mehr Dienstreisen zu diesem Wachstum bei, während im Privatsektor die Reisetätigkeit stagnierte (0,6 %).

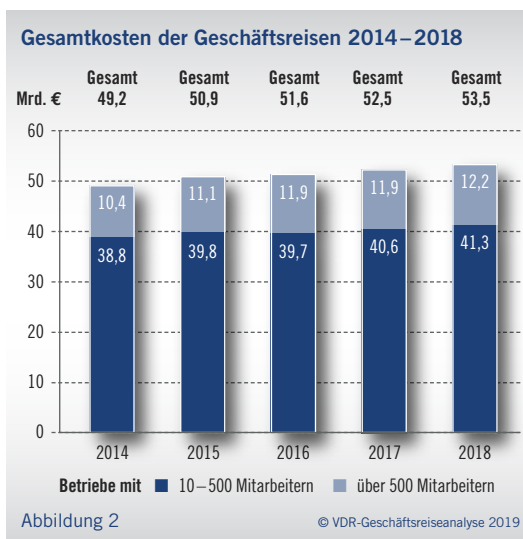


Kosten

Wie hoch waren im Jahr 2018 die gesamten Geschäftsreisekosten? ☞☞

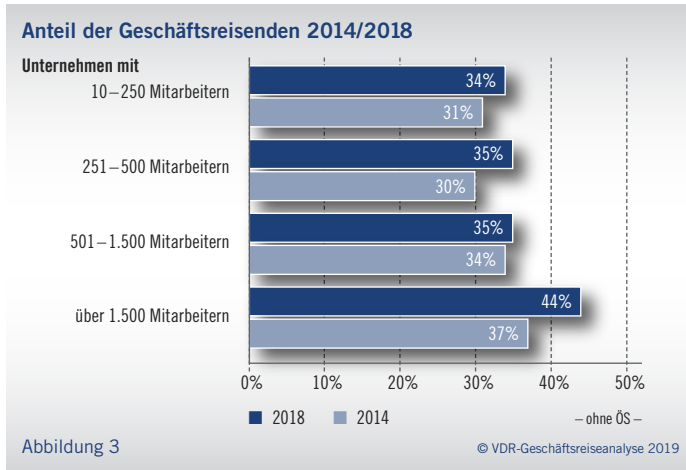
Die Geschäftsreisekosten stiegen von 2017 bis 2018 um 1,8 % auf 53,5 Milliarden Euro und damit etwas stärker als das Reisevolumen, jedoch analog zur inländischen Inflationsrate (1,8 % im Jahr 2018). Firmen mit über 500 Mitarbeitern gaben mit 1,3 % marginal mehr aus als im Vorjahr, während auch ihr Reisevolumen auf ähnlichem Niveau wie im Vorjahr blieb (-0,2 %).

Ebenso bei Geschäftsreisen kleinerer Unternehmen: Für 0,8 % mehr Reisen gaben sie 1,5 % mehr aus. Im öffentlichen Sektor stiegen auch die Ausgaben um 4,4 % und damit stärker als im privaten Sektor an.



³ Vgl. <https://www.tagesschau.de/wirtschaft/deutsche-wirtschaft-2018-101.html> und <https://www.spiegel.de/wirtschaft/soziales/bruttoinlandsprodukt-deutsche-wirtschaft-waechst-2018-schwaecher-als-berechnet-a-1253152.html>

⁴ Vgl. Pressemitteilung Nr. 018 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 15. Januar 2019.

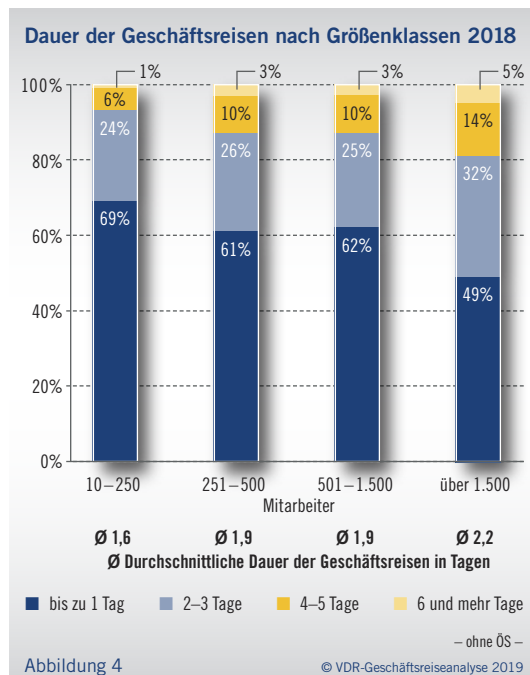


Geschäftsreisende

” Wie viele Geschäftsreisende waren unterwegs? “

Die Anzahl der Beschäftigten in den Betrieben ab zehn Mitarbeitern ist innerhalb eines Jahres erneut um 2,7 % gestiegen. Hierzu hat auch die um 1,8 % gestiegene Anzahl an Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern in Deutschland beigetragen.⁵

2018 markierte nicht nur ein Rekordjahr bei den Erwerbstätigen in Deutschland: Stagnierte im Vorjahr die Anzahl der Geschäftsreisenden leicht, stieg sie im Jahr 2018 mit 7,0 % kräftig und erreichte mit 12 Millionen einen Höchststand. Im Fünfjahresvergleich ist der Teil der Belegschaft, der mindestens einmal im Jahr geschäftlich die Koffer packt, in allen Unternehmensgrößen gewachsen. Im öffentlichen Sektor waren 48 % der Bediensteten dienstlich unterwegs.



Dauer

” Wie lange dauern Geschäftsreisen? “

Geschäftsreisende kleinerer und mittlerer Unternehmen (KMU) kehren immer öfter noch am selben Tag nach Hause: Über zwei Drittel ihrer Reisen kamen im Jahr 2018 ohne Übernachtung aus.

Bei der guten inländischen Geschäftslage bleiben mittlerweile 90 % der KMU-Geschäftsreisen in Deutschland. Durchschnittlich betragen sie nur noch 1,6 Tage. Ähnlich wie im Vorjahr waren diejenigen, die ins Ausland reisten, tendenziell länger unterwegs.

Dieses Reisemuster zeigten 2018 insbesondere die größten Unternehmen mit über 1.500 Mitarbeitern: Hier betrug fast jede fünfte Reise mindestens vier Tage. Die Durchschnittsdauer blieb mit 2,2 Tagen jedoch unverändert.

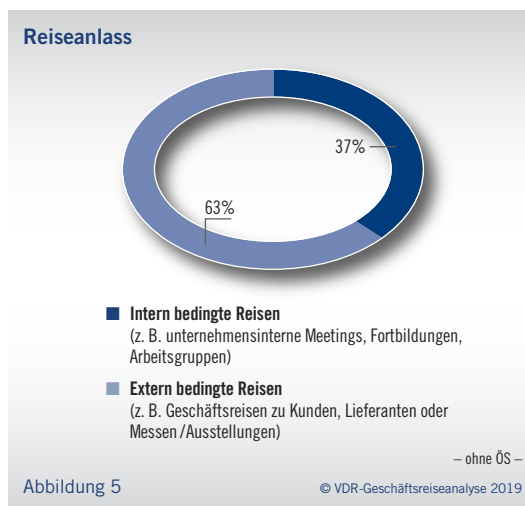
⁵ Anzahl der Betriebe und Beschäftigten, siehe Tabelle 2, Seite 28.

Reiseanlass – intern oder extern

Wie hoch ist der Anteil der ‚intern‘ und ‚extern‘ bedingten Geschäftsreisen? ¶¶

Als „externe“ Geschäftsreisen wurden in dieser Frage Kunden- und Lieferantenbesuche sowie Reisen z. B. zu Messen, Kongressen und Ausstellungen definiert. Mit 63 % des Gesamtvolumens bilden sie die Mehrheit der Geschäftsreisen. Somit sind unternehmensinterne Meetings, Fortbildungen, Arbeitsgruppen und dergleichen der Grund für 37 % der Geschäftsreisen. In dieser Frage verhalten sich kleine und große Unternehmen sehr ähnlich.

Mit dem heute gegebenen Fortschritt von webbasierten Lösungen der Kommunikation und Zusammenarbeit dürften noch Potenziale bestehen, die eine oder andere intern bedingte Reise zu streichen.⁶



Alle betrieblich veranlassten Reisen, die anhand von einzelnen Reisekostenabrechnungen erfasst werden, zählen im Rahmen 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:

<https://www.vdr-service.de/services-leistungen/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.

⁶ Siehe auch im Kapitel 5, Abschnitt „Arbeitgeberattraktivität und Rolle des Travel Managements“, Seite 19.

3 Struktur der Geschäftsreisekosten

Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2014–2018
Tagesausgaben Geschäftsreisen vs. Urlaubsreisen 2014–2018⁷

	Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise	Ausgaben pro Person und Tag	
		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2018	310 €	162 €	81 €
2017	307 €	157 €	83 €
2016	310 €	155 €	78 €
2015	305 €	153 €	76 €
2014	307 €	146 €	77 €

⁷ Eigene Berechnungen, in Anlehnung an FUR, Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalysen 2015–2019. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

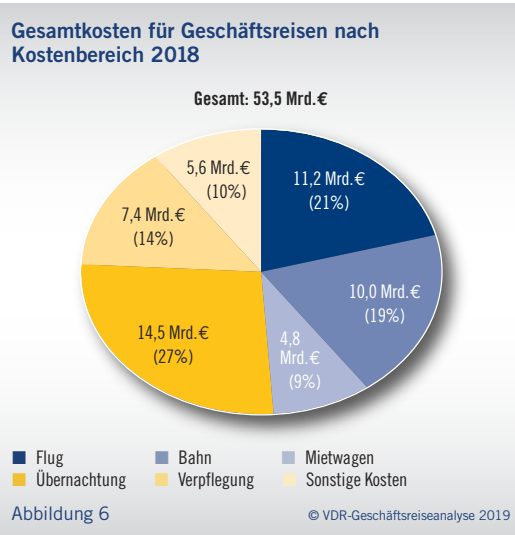
Tabelle 1

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2019

Durchschnittskosten

Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise 2018 sind mit 310 Euro wieder auf das Niveau von 2016 gestiegen. Mehr kürzere Reisen ließen die Ausgaben pro Person und Tag von 157 Euro auf 162 Euro anwachsen. Die Ausgaben für Urlaubsreisen betragen pro Person und Tag 81 Euro. Die weiter angestiegenen inländischen Geschäftsreisen kurbeln die Inlandsnachfrage mit an und aufgrund vieler Tagesreisen sind insbesondere die hiesige Infrastruktur sowie leistungsfähige Mobilitätsanbieter gefordert.

Auch die Hotellerie, Gastronomie und weitere von Geschäftsreisen profitierende Branchen wie Kommunikationsanbieter und Handel merken es: Mit den doppelt so hohen Ausgaben von Geschäftsreisenden werden Arbeitsplätze regional und saisonal unabhängig geschaffen und gesichert.



Kostenbereiche

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

Die Gesamtkosten für Geschäftsreisen stiegen 2017–2018 um eine Milliarde Euro (1,8%) an. Für den gesamten Transportbereich wird anteilig nach wie vor etwa jeder zweite Geschäftsreise-Euro ausgegeben. Im Hauptausgabenblock Übernachtung wurde im Jahr 2018 tendenziell gespart – hier macht sich der hohe Anteil an Eintagesreisen der kleineren Betriebe bemerkbar, aber auch die mittlerweile bevorzugte Hotelkategorie von drei Sternen (mehr dazu, siehe Kapitel 4).

Der Block für „sonstige Kosten“ stieg hingegen deutlich an. In den mittlerweile 5,6 Milliarden Euro stecken transportbedingte Kosten für Kraftstoff, Taxi, ÖPNV und Kilometerpauschalen bis hin zu Parkgebühren. Auch Reisebüro-Serviceentgelte, Bewirtung, Geschenke sowie Ausgaben für Eintritte im Messe- und Tagungsbereich fallen hier an. Kommunikationskosten belasten an dieser Stelle größere Firmen stärker als kleinere, die deutlich öfter im Inland bleiben.⁸

⁸ Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2015, Kapitel 3 „Struktur der Geschäftsreisekosten“, Seite 10, Abbildung 7.

Einsparungen

77 Welche Einsparungen erzielte Ihr Unternehmen durch Travel Management im Jahr 2018? 44

Intelligentes Mobilitätsmanagement zahlt sich in jedem Fall aus. Die Mehrheit der Geschäftsreiseverantwortlichen kann nach wie vor mindestens jeden

zehnten Euro einsparen. In jedem vierten Unternehmen liegt der Spareffekt zwischen 10% und 20%. Der Anteil der härtesten Sparfüchse, die Einsparfolge von 20% und darüber melden können, hat sich im Fünfjahresvergleich von 24% auf 8% verringert. Womöglich ist in vielen Firmen der Kostensenkungsdruck dank der guten Wirtschaftslage nicht ganz so stark oder der Markt gibt zurzeit weniger her als noch in den Jahren 2012–2013.

VDR Der GeschäftsreiseVerband in Deutschland

Interessenvertretung

Weiterbildung

Wissen

Netzwerk

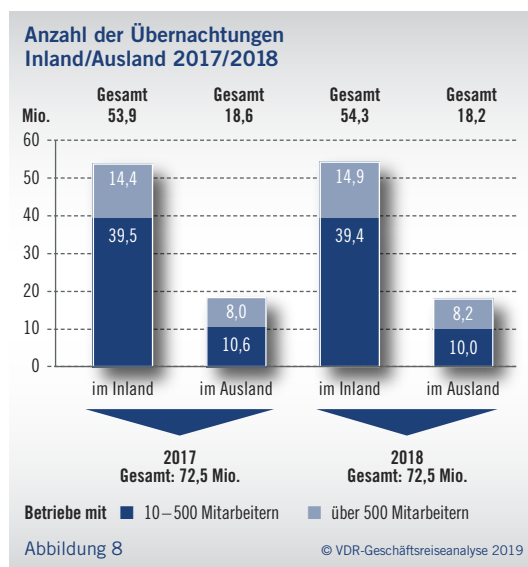
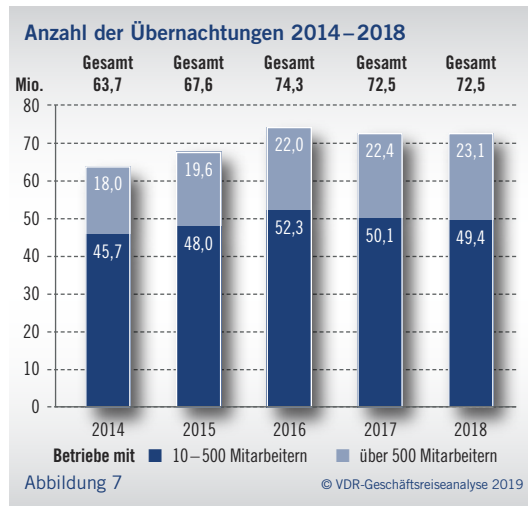
Einkaufsvorteile

Arbeitshilfen

Machen Sie mit uns Ihren Schritt in die Zukunft!

Informieren Sie sich über Weiterbildungsangebote oder Mitgliedschaft unter www.vdr-service.de/vorteile

4 Übernachtungen, Hoteleinkauf, MICE



Gesamtentwicklung

Wie oft haben Mitarbeiter Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen übernachtet? ⁹

Wie verteilt sich die Anzahl der Übernachtungen auf inländische und ausländische Beherbergungsbetriebe? ¹⁰

Das Jahr 2018 verlief im Beherbergungsbereich stabil und bescherte der Branche im In- und Ausland unverändert 72,5 Millionen Übernachtungen aus Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern, wobei 75 % dieser Ausgaben dem Inland zugutekamen. Während die größten Unternehmen etwa gleich oft wie im Vorjahr ins Ausland reisten – jede dritte Reise führte aus Deutschland heraus – waren KMU wesentlich häufiger im eigenen Land unterwegs. Was kleinere Unternehmen an Übernachtungsbuchungen vor allem aufgrund vieler Tagesreisen einsparten, glichen die größeren Firmen sowohl im In- als auch im Ausland aus. Nach Branchen betrachtet, reist der öffentliche Sektor erwartungsgemäß am häufigsten im Inland (97 %) während 24 % der Geschäftsreisen aus dem verarbeitenden Gewerbe/Bau, 10 % aus dem Handelsbereich und 8 % aus der Dienstleistungsbranche ins Ausland führen (ohne Abbildung).

Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden, Durchschnittskosten pro Übernachtung betragen 128 Euro.¹⁰ Im weltweiten Vergleich sind die Hotelpreise in den deutschen Hauptzielen für Geschäftsreisen nach wie vor tendenziell günstiger als im Ausland. Im Jahr 2018 betrug der Durchschnittspreis einer Hotelübernachtung in Deutschland 91 Euro und damit 2,2 % mehr als im Vorjahr. In den kostspieligsten europäischen Städten Zürich, London und Kopenhagen stagnierten die Preise zwischen 160 und 177 Euro. New York blieb mit 249 Euro pro Hotelnacht die teuerste Destination und trotz zweistelliger Nachlässe folgte Washington mit 207 Euro. Peking ist mit 23,5 % Preisanstieg deutlich teurer geworden – hier bettet man sich im Schnitt für 100 Euro die Nacht.¹¹

⁹ Anzahl Übernachtungen = roomnights.

¹⁰ 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.

¹¹ Vgl. HRS-Hotelpreistracker 2018: <https://www.hrs.de/hotel/presse/hotelpreise-2018/>

CHECK-IN MIT SPARPOTENZIAL



Foto: AirPlus

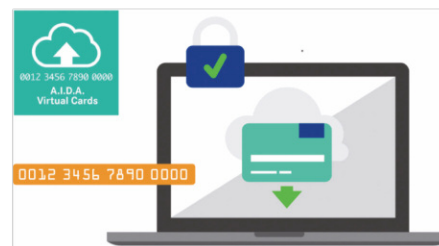
Wer eine Geschäftsreise unternimmt, hat dabei stets klare Ziele im Blick, zum Beispiel neue Aufträge zu sichern, das Kundennetzwerk zu pflegen oder den eigenen fachlichen Horizont zu erweitern. Das alles sollte für den Reisenden organisatorisch weitgehend stressfrei ablaufen – und für die Firma natürlich möglichst kostengünstig bleiben.

Die Realität sieht allerdings fast immer anders aus. Laut aktuellen Studien organisiert der größte Teil der Geschäftsreisenden die Reise selbst – und setzt damit ein Prozedere aus Suchen, Buchen und Reisen in Gang, das nicht nur sehr zeitaufwändig, sondern auch stressbelastet ist. Und für den Arbeitgeber zudem nicht immer die erschwinglichste Variante werden muss.

Hotelbuchungen ohne Aufwand

Warum das so ist, zeigt das klassische Beispiel der Hotelbuchung: Die Suche nach der geeigneten Unterkunft kostet viel Zeit, zudem bezahlt ein Großteil der Geschäftsreisenden das Hotel zunächst aus eigener Tasche. Ist die Reise dann zu Ende, verlangt einem nicht nur der ganze Papierkram rund um den Check-out viel Zeit ab, sondern auch die daheim anfallende Reisekostenabrechnung.

Dass es deutlich einfacher geht, zeigt AirPlus, Deutschlands führender Reiseabrechnungsspezialist. Wir bieten mit der AirPlus A.I.D.A. Virtual Card eine Lösung, die dem Reisenden und auch dem Arbeitgeber viel Zeit, Stress und vor allem Geld spart. Denn mit der virtuellen Kreditkarte von AirPlus verringern Mitarbeiter ihren administrativen Aufwand auf ein Minimum. Bei der Hotelbuchung müssen sie nicht mehr länger über ihr eigenes Konto in Vorlage treten und der Check-out vor Ort geht deutlich schneller, da Rechnungen und Belege virtuell vom Hotel an die Firma



Mit der virtuellen Kreditkarte von AirPlus verringern Mitarbeiter ihren administrativen Aufwand auf ein Minimum.

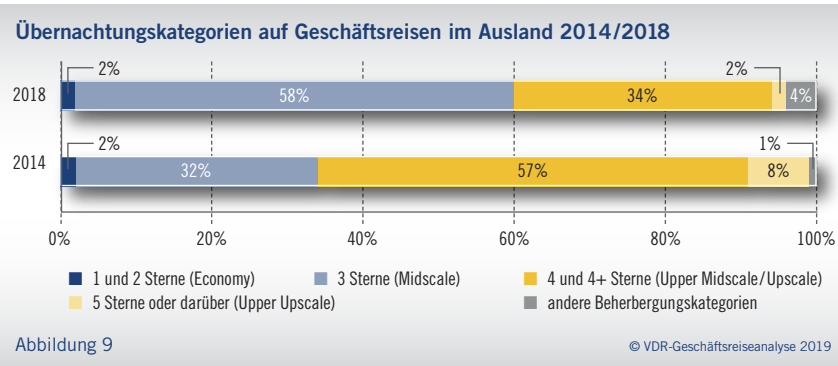
gesendet werden. Vorbei ist die Zeit der Zettelwirtschaft und Unübersichtlichkeit.

Und auch für die Unternehmen bringt der digitale Abrechnungsprozess viele Vorteile. Der Travel Manager kann zum Beispiel über den virtuellen Account Vorgänge vereinheitlichen und besser steuern, die Buchungs- und Bezahlprozesse erfolgen vollautomatisiert. Daten können so wesentlich einfacher abgeglichen, kontrolliert und auch für künftige Preisverhandlungen als Basis genutzt werden. Ein weiterer Vorteil: Die AirPlus A.I.D.A. Virtual Card kann problemlos auch für Reisende zum Einsatz kommen, die keine Kreditkarte besitzen, zum Beispiel neue Mitarbeiter, Auszubildende und Praktikanten. Ebenso kann sie für Mitarbeiter genutzt werden, die seltener beruflich unterwegs sind.

Mehr als nur Flug

Sie wollen bei ihrer Hotelbuchung auch nicht mehr länger Zeit, Geld und Nerven verlieren? Dann sind wir Ihr Ansprechpartner. Denn wir können mehr als nur Flug.

AirPlus International
btm@airplus.com
Tel. +49(0)6102 204-444



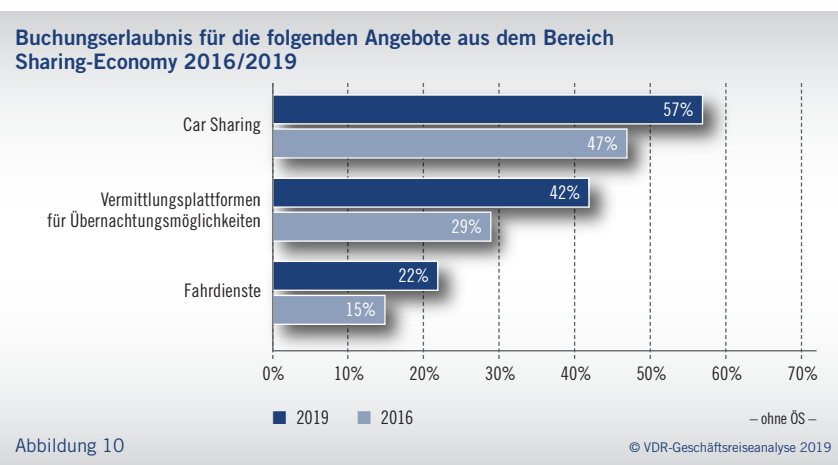
Übernachungskategorien Ausland

” Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb für das Ausland gebucht? “

Vertrauten die Reisenden im Ausland in den vergangenen Jahren eher auf die nächsthöhere Kategorie als im Inland üblich, hat sich das Blatt nun auch dort graduell, aber sicher gewendet.

Über 90% der deutschen Businessreisenden übernachten im Ausland in 3- und 4-Sterne-Hotels, wobei sich die Buchungen zugunsten der 3-Sterne-Kategorie im Fünfjahresvergleich nahezu verdoppelt haben. Mit einer Qualität und Verfügbarkeit, die den Anforderungen der Geschäftsreisenden entspricht, hat die „goldene Mitte“ ihre Marktanteile im Ausland auf 58% ausgebaut.

Fünf Sterne werden immer seltener verlangt. Dafür kommen „andere Beherbergungskategorien“ voran. Dahinter dürfte sich mittlerweile das eine oder andere Apartment aus dem Bereich Sharing Economy befinden.



” Ganz grundsätzlich: Welche der folgenden Angebote aus dem Bereich der Sharing Economy dürfen von Ihrem Unternehmen / Ihren Geschäftsreisenden gebucht werden? “¹²

Deutlich im Aufwind befinden sich Sharing-Economy-Angebote. Inzwischen erlauben 42% der Unternehmen ihren Mitarbeitern, Übernachtungen über ein Sharing-Economy-Portal zu buchen.

Das sind 13 Prozentpunkte mehr als noch vor drei Jahren. Auch die Akzeptanz von Car Sharing wächst zweistellig: Gestatteten 2016 noch knapp

¹² 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.

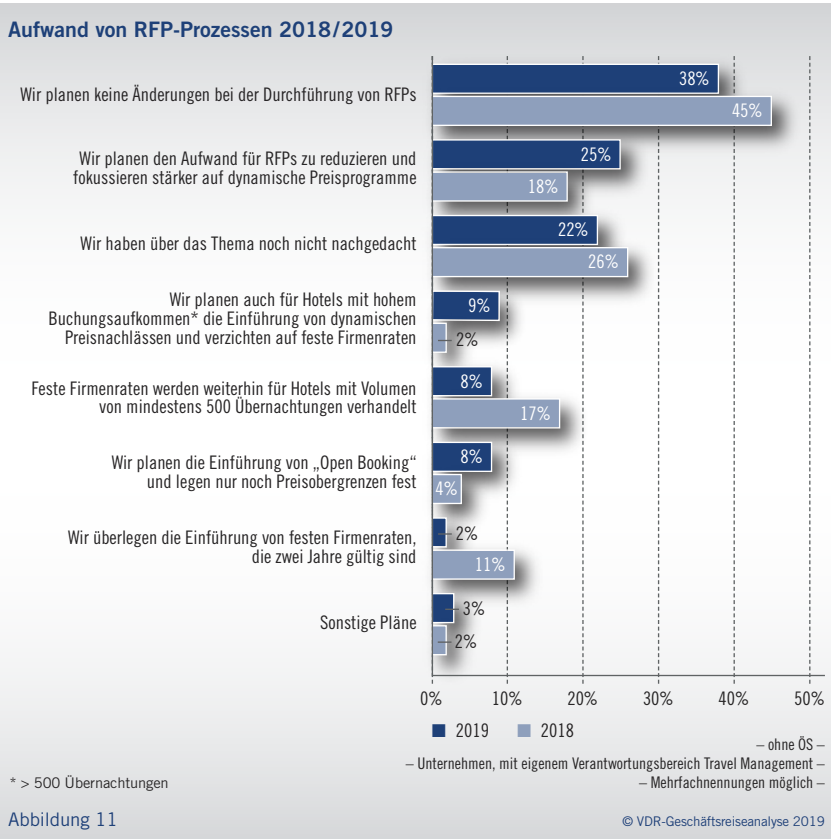
die Hälfte der Firmen entsprechende Angebote zu nutzen, so sind es in diesem Jahr bereits 57 %. Das Angebot wird mit steigender Nachfrage größer und der Konkurrenzkampf nimmt zu: Eine Vision der aus der Fusion von car2go und DriveNow hervorgegangenen deutschen Carsharing-Plattform Share Now ist es, „...einen global bedeutenden Player für nahtlos und intelligent vernetzte Mobilitätsdienstleistungen zu schaffen“, um Fahrdienste-Anbietern wie Google, Alibaba, Uber und Didi Paroli zu bieten.¹³

In den vergangenen Jahren waren die Bedenken der Mobilitätsmanager groß, da viele Fragen zu Sicherheit und Versicherung bei Sharing-Economy-Angeboten unbeantwortet blieben. Der öffentliche Sektor war vor drei Jahren noch etwas zurückhaltender als die Unternehmen, doch auch in Behörden und der Verwaltung dürfen heute wesentlich öfter Buchungen im Bereich Sharing Economy getätigt werden: Am stärksten hat die Akzeptanz der Übernachtungsplattformen zugenommen, von 26 % auf 41 % (ohne Abbildung).

Einkauf und Management des Hotelprogramms

Wie bewerten und planen Sie für Ihr Unternehmen den Aufwand von RFP-Prozessen im Bereich der Hotellerie?

Diese Frage wurde nur Unternehmen gestellt, die einen eigenen Verantwortungsbereich Travel Management haben. In diesen Firmen wird über die Ausschreibungsthematik mehr nachgedacht als noch vor einem Jahr. Die Reduktion des Aufwandes von RFP-Prozessen ist heute für jeden vierten wichtig und der Wunsch nach mehr Dynamik nimmt zu. Auch die Möglichkeit von „Open Booking“¹⁴ rückt bei 8 % der Befragten in den Fokus.



¹³ Vgl. <https://www.wiwo.de/unternehmen/auto/carsharing-plattform-was-bringt-der-zusammenschluss-von-car2go-und-drivenow/24008034.html>

¹⁴ Die Entscheidung, was, wie und bei welchem Anbieter gebucht wird, bleibt dem Geschäftsreisenden überlassen.



77 Stichwort Loyalitätsprogramme als Steuerungstool im Bereich der Hotellerie: Welche der nachfolgenden Aussagen treffen für Ihr Unternehmen zu? 44

In diesem Themenkomplex zeigen sich deutliche Unterschiede zwischen größeren und kleineren Unternehmen. Dort, wo größere Volumina gebucht werden und ein professionelles Management der gesamten Geschäftsreisertätigkeit vorhanden ist, werden auch Steuerungstools stärker genutzt.

Eine vergleichsweise bekannte und doch zeitgleich neue Idee ist es, Loyalitätsprogramme der Hotellerie für die Steuerung einzusetzen. Etwa jede dritte

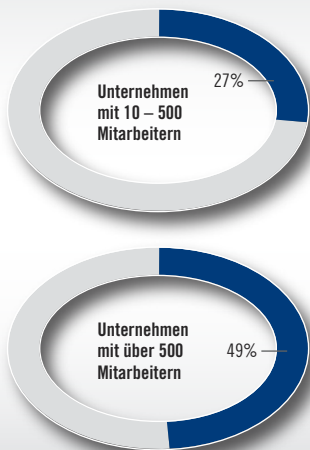
der kleineren und die Hälfte der größeren Firmen nutzen diese Möglichkeit, um vor allem ihre Geschäftsreisenden innerhalb der Reiserichtlinie zu halten und den Geschäftsreisenden damit Annehmlichkeiten zu verschaffen. 46% dieser Unternehmen unterstützen nur den geschäftlich bedingten Einsatz von Bonuspunkten.

Doch wie auf der fünften gemeinsamen europäischen Business-Travel-Konferenz von VDR und GBTA im November 2018 präsentiert,¹⁵ wird das Thema in Zukunft vermutlich eine größere Rolle spielen: Wer Loyalitätsprogramme gezielt nutzt, kann positiven Einfluss auf die Richtlinienentreue nehmen.

¹⁵ Jean-Francois Guillaud, LeClub AccorHotels, Global Customer Division: Präsentation "Hotel Loyalty in Europe – How Incorporating Loyalty with Policy Can Boost Compliance and Satisfaction", Berlin 27.11.2018

Loyalitätsprogramme als Steuerungstool

Anteil der Unternehmen, für die Loyalitätsprogramme in der Hotellerie ein Steuerungstool darstellen:



Gründe für den Einsatz der Loyalitätsprogramme:

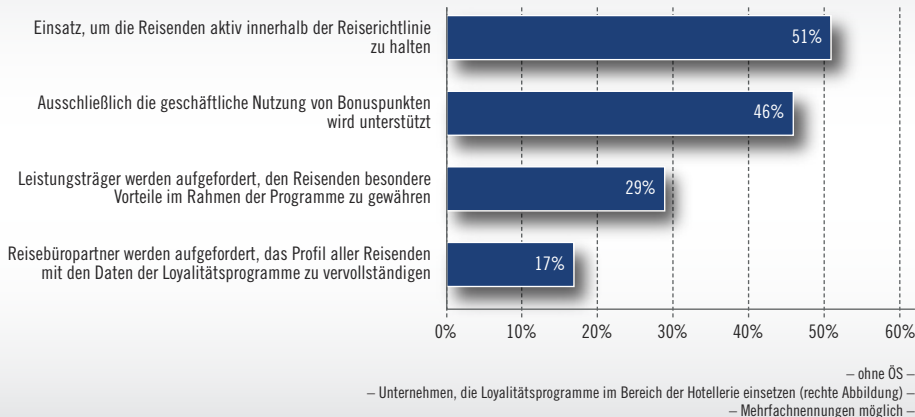


Abbildung 12

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2019

” In welchen Bereichen der Zusammenarbeit mit der Hotellerie setzen Sie externe Anbieter bzw. externe Lösungen ein? “

Generell arbeiten größere Unternehmen mehr und vielseitiger über externe Lösungen mit der Hotellerie zusammen als kleinere – am häufigsten bei Hotelbuchungen. Für Zahlungen, Buchungsstatistiken und Datenanalyse werden ebenfalls gerne externe

Anbieter genutzt beziehungsweise ist deren Einsatz geplant. Jede zehnte große Firma mit mehr als 500 Mitarbeitern setzt auf die ganzheitliche Betreuung durch einen spezialisierten Anbieter und weitere 6% interessieren sich dafür.

Externe Lösungen

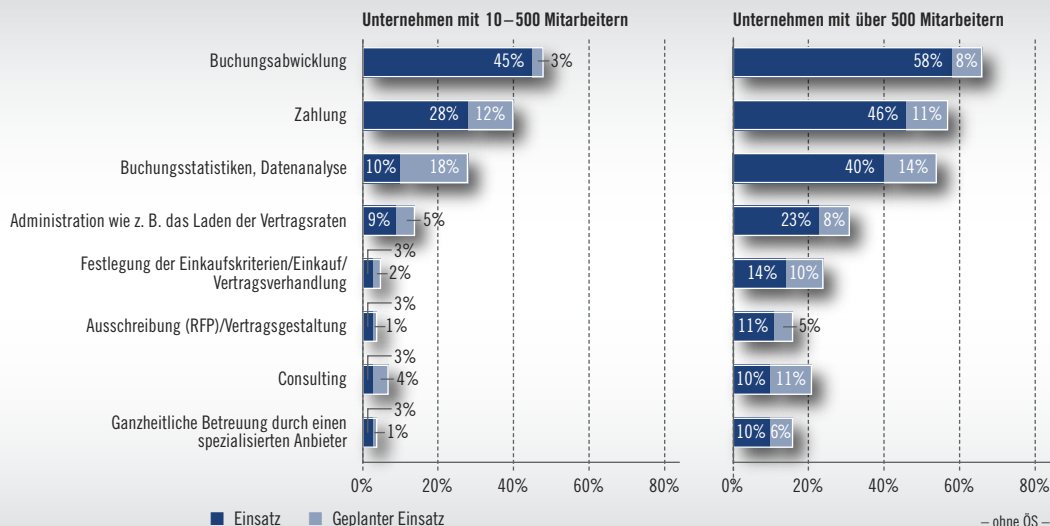
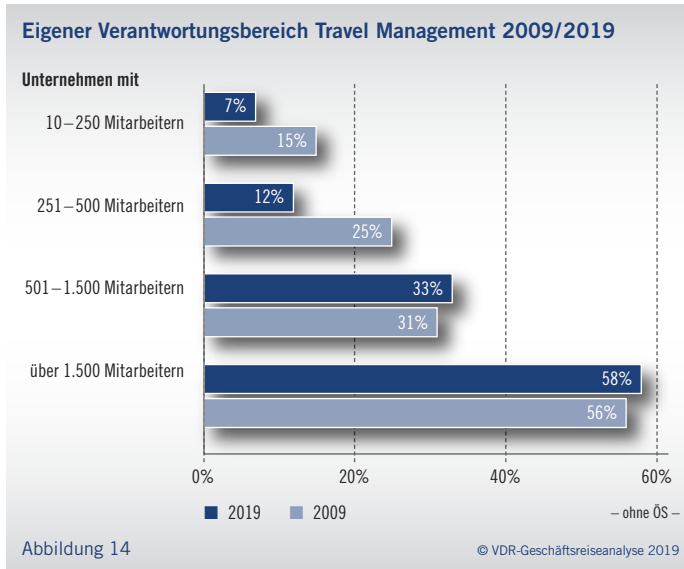


Abbildung 13

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2019

5 Travel Management: Positionierung



Verantwortungsbereich im Unternehmen

” Ist der Bereich Travel Management ein eigener Verantwortungsbereich in Ihrem Unternehmen? “

Obwohl Geschäftsreisen in und aus Deutschland seit zehn Jahren konstant zugenommen haben, zeigt sich im hiesigen Mittelstand in dieser Zeit eine deutliche Tendenz zum Abbau des Travel Managements als eigenständigen Verantwortungsbereich. In kleineren Firmen können die Aufgaben möglicherweise eher an externe Dienstleister ausgelagert oder aber von einer anderen Abteilung als zusätzliches Pflichtenheft übernommen werden.

In Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern ist eine Stagnation festzustellen: Heute gibt es den eigenen Verantwortungsbereich Travel Management/Mobilitätsmanagement in jeder dritten Firma mit 500–1.500 Mitarbeitern beziehungsweise in 58 % der größten Unternehmen.

In den Turbulenzen der weltweiten Wirtschaftskrise 2008–2009 wurde der Wert der professionellen Steuerung und Kostenkontrolle von den Chefetagen deutlich erkannt.¹⁶ In den Jahren danach übernahmen insbesondere Geschäftsreiseverantwortliche größerer Firmen vielfältige Mehraufgaben, wie etwa im Veranstaltungs- und Fuhrparkmanagement sowie in den Bereichen Versicherung/Sicherheit/Gesundheit.¹⁷

Wenn das Travel Management durch die Themen Nachhaltigkeit, Work-Life-Balance, altersgerechtes Reisen, Servicequalität und Datenschutz zu einem Querschnittsbereich wird, führt an einer funktionalen und strategischen Anpassung der Rolle kein Weg vorbei. Für eine bedarfsgerechte Mobilität von morgen ist es ratsam, Kompetenzen zu schaffen sowie ressort- und abteilungsübergreifende Synergien nutzbar zu machen.

¹⁶ Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2012, Kapitel 1, Seite 6.

¹⁷ Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 4 „Strategien im Travel Management“, Seite 11, Abbildung 13.

Arbeitgeberattraktivität und Rolle des Travel Managements

77 Setzt Ihr Unternehmen besondere Maßnahmen durch das Travel Management ein, um die Arbeitgeberattraktivität zu erhöhen beziehungsweise sind solche Maßnahmen geplant? Wenn ja, welche? 44

Im Wettbewerb um gut ausgebildete Nachwuchstalente müssen Unternehmen angesichts großer Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt zunehmend Maßnahmen ergreifen, um die eigene Attraktivität als Arbeitgeber zu erhöhen.

Auch das Travel Management kann hierzu interessante Beiträge leisten. 42 % der Unternehmen sind hier mit entsprechenden Ideen aktiv. Als wichtigstes Instrument sehen 65 % dieser Befragten dabei das Angebot, vermeidbare Geschäftsreisen durch Video-, Web- oder Telefonkonferenzen zu ersetzen und 18 % planen dies.

Diese Option wird in größeren Unternehmen wesentlich öfter angeboten als in kleineren. Über zwei Drittel der Firmen, die mittels Mobilitätsaspekten die Arbeitgeberattraktivität ankurbeln wollen, gewähren

ein Dienstfahrzeug als Gehaltsbestandteil oder planen dies in Zukunft. An dritter Stelle folgt das Thema Kommunikation: Mit Feedback der Geschäftsreisenden will knapp die Hälfte der Firmen die Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen.

Auch die Möglichkeit, Geschäftsreise und Privataufenthalt miteinander zu kombinieren („Bleisure Travel“, abgeleitet aus „Business“ und „Leisure“), spielt eine wichtige Rolle. Und: Wo Travel Management einen eigenen Verantwortungsbereich darstellt, wird öfter und vielseitiger mit diesen und weiteren Gestaltungsmöglichkeiten gearbeitet. Wenn auch nicht im „Kerngeschäft“ der Travel Manager angesiedelt, wurden als weitere wichtige Beiträge der Firmen unter anderem Kinderbetreuung sowie gesundheitsfördernde Angebote und Maßnahmen genannt.

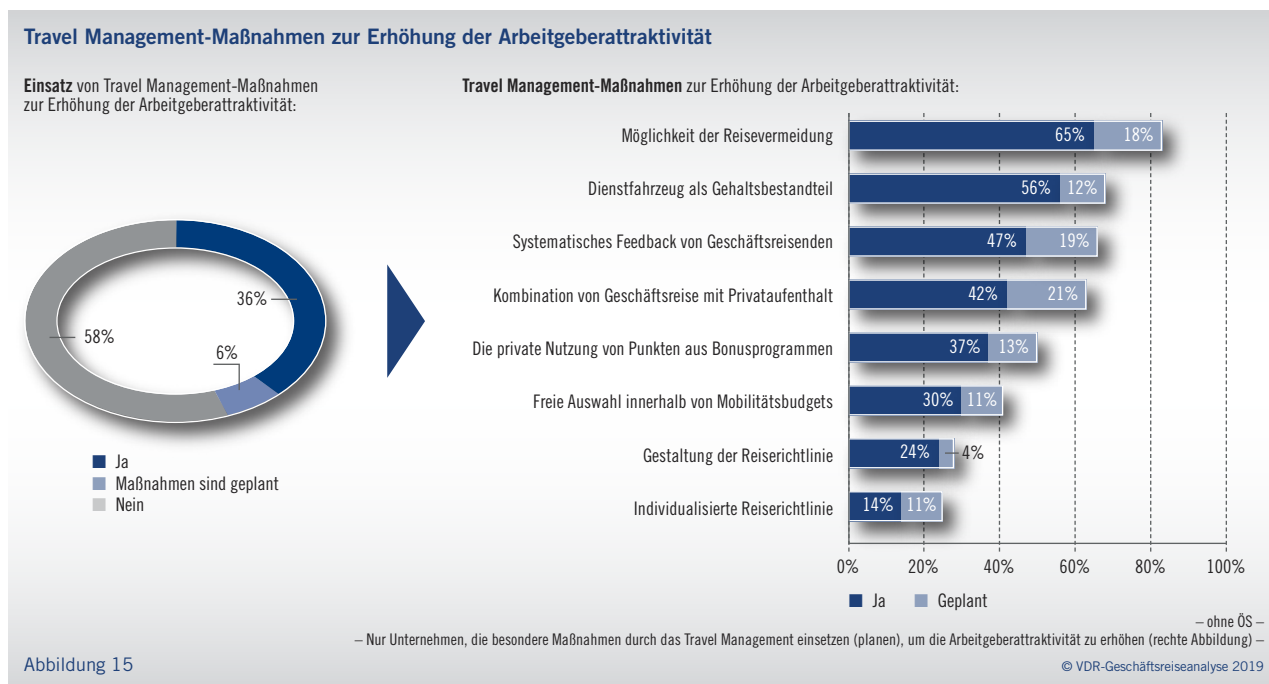
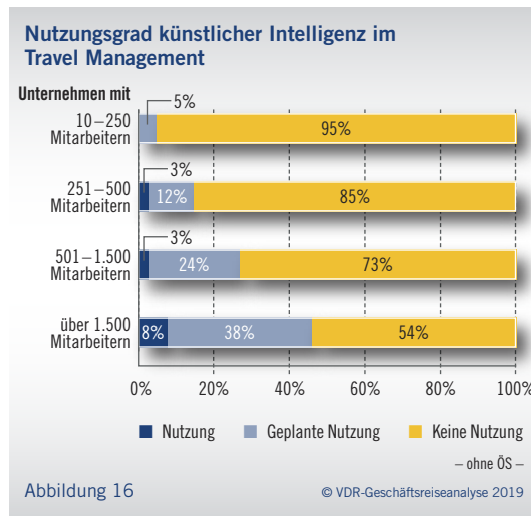


Abbildung 15

6 Neue Arbeitsweisen: Künstliche Intelligenz

Nutzungsgrad

77 Nutzen Sie in Ihrem Unternehmen künstliche Intelligenz im Bereich des Travel Managements beziehungsweise planen Sie die Nutzung? 44



¹⁸ <https://www.marktforschung.de/aktuelles/marktforschung/deutsche-wissen-nicht-wo-kuenstliche-intelligenz-eingesetzt-wird/>

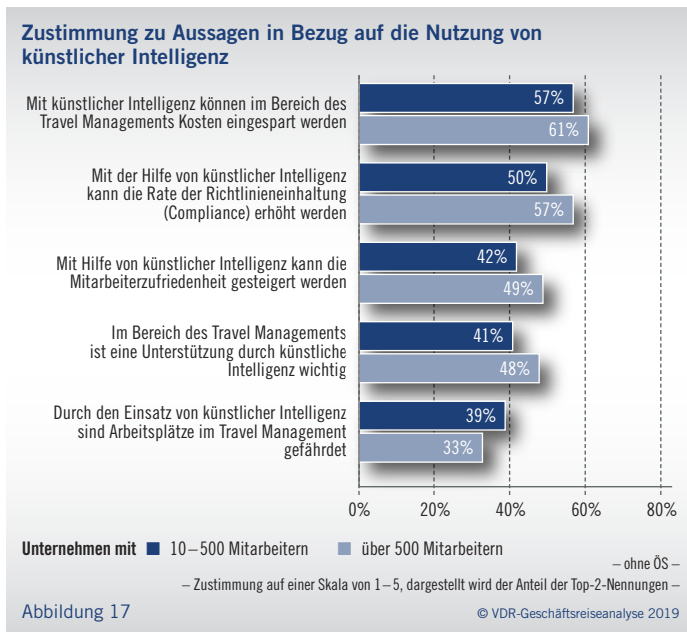
¹⁹ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2018, Kapitel 7 "Travel Management: Positionierung und Zukunft", Abbildung 18, Seite 20.

Für die Mehrheit der Deutschen ist künstliche Intelligenz (KI) noch ein Buch mit sieben Siegeln. Zwar kennen die meisten den Begriff (82%), doch mehr als die Hälfte (53%) weiß nur ungefähr, was damit gemeint ist.¹⁸ Derweil dringen immer mehr Sprachassistenten in unseren Alltag, Roboter übernehmen Routine-Arbeitsplätze, autonomes Fahren ist zum globalen Wettbewerbsgegenstand geworden.

Im Mobilitätsmanagement ist jedoch noch viel Luft nach oben: KI wird vom Großteil der deutschen Unternehmen weder genutzt, noch wird ihr Einsatz geplant – bis jetzt. Auch im öffentlichen Sektor ist das Thema mehrheitlich noch nicht angekommen: 92% der Dienstreiseverantwortlichen sagen, dass hinsichtlich KI noch nichts geplant sei (ohne Abbildung). Blicken wir auf die neuen Tätigkeitsbereiche im Travel Management zurück,¹⁹ steht das Thema Digitalisierung im künftigen Aufgabenspektrum von Geschäftsreiseverantwortlichen an oberster Stelle. Damit eng verbunden folgen Aufgaben rund um die Datensicherheit sowie Mitarbeiterkommunikation; alles Bereiche, in denen der Einsatz von KI hilfreich sein kann.

Bewertung

77 Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen in Bezug auf die Nutzung von künstlicher Intelligenz im Bereich der Geschäftsreisen zu? 44



Im Geschäftsreisebereich reichen die Einsatzmöglichkeiten künstlicher Intelligenz von der Gestaltung neuer Mobilitätskonzepte bis hin zu maßgeschneiderten Services und Kommunikation. Travel Manager werden KI zunächst einsetzen, um ihre unternehmensinternen Prozesse zu vereinfachen. Den größten Nutzen sehen sie darin, Kosten einzusparen: Das sagen rund drei von fünf Befragten. Nach Ansicht von 57% der größeren und 50% der kleineren Firmen kann die Rate der Richtlinieneinhaltung (Compliance) mit dem Einsatz von KI erhöht werden. Für Geschäftsreisende kann sie auch viele Erleichterungen bedeuten. Arbeitsplätze im betrieblichen Mobilitätsmanagement sind nach mehrheitlicher Ansicht der Befragten durch den Einsatz künstlicher Intelligenz aber nicht gefährdet. Nachteile für den eigenen Arbeitsplatz fürchten eher Geschäftsreiseverantwortliche kleinerer Unternehmen (39%). Für die Anbieterseite ist KI vor allem eine Grundlage für neue Geschäftsmodelle.

Vorbereitung

Was benötigen Sie, um sich gut für eine Zukunft mit künstlicher Intelligenz vorbereitet zu fühlen?

Die Grenzen dessen, was in naher Zukunft im Bereich der KI und der angrenzenden Themenfelder möglich sein wird, verschieben sich schnell. Daher ist nur folgerichtig, dass Fortbildungsangebote im eigenen Arbeitsbereich als auch die Förderung des Verständnisses der Mitarbeiter unter den wichtigsten Maßnahmen genannt werden.

Berücksichtigt wurden hier allerdings nur die Antworten derjenigen Befragten, welche die Anforderungen der Arbeit mit KI grundsätzlich einschätzen konnten. Im öffentlichen Sektor ist der Wunsch nach Fortbildung mit 75 % Befürwortung am größten.

Für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern ist die Förderung der Zusammenarbeit über Abteilungsgrenzen hinweg am wichtigsten: das sagen 55 % der Interviewpartner. Doch in diesen Firmen ist die Unterstützung der Unternehmensführung für das Thema wohl bereits mehrheitlich vorhanden. Im Mittelstand rufen noch 41% der Geschäftsreiserverantwortlichen danach.

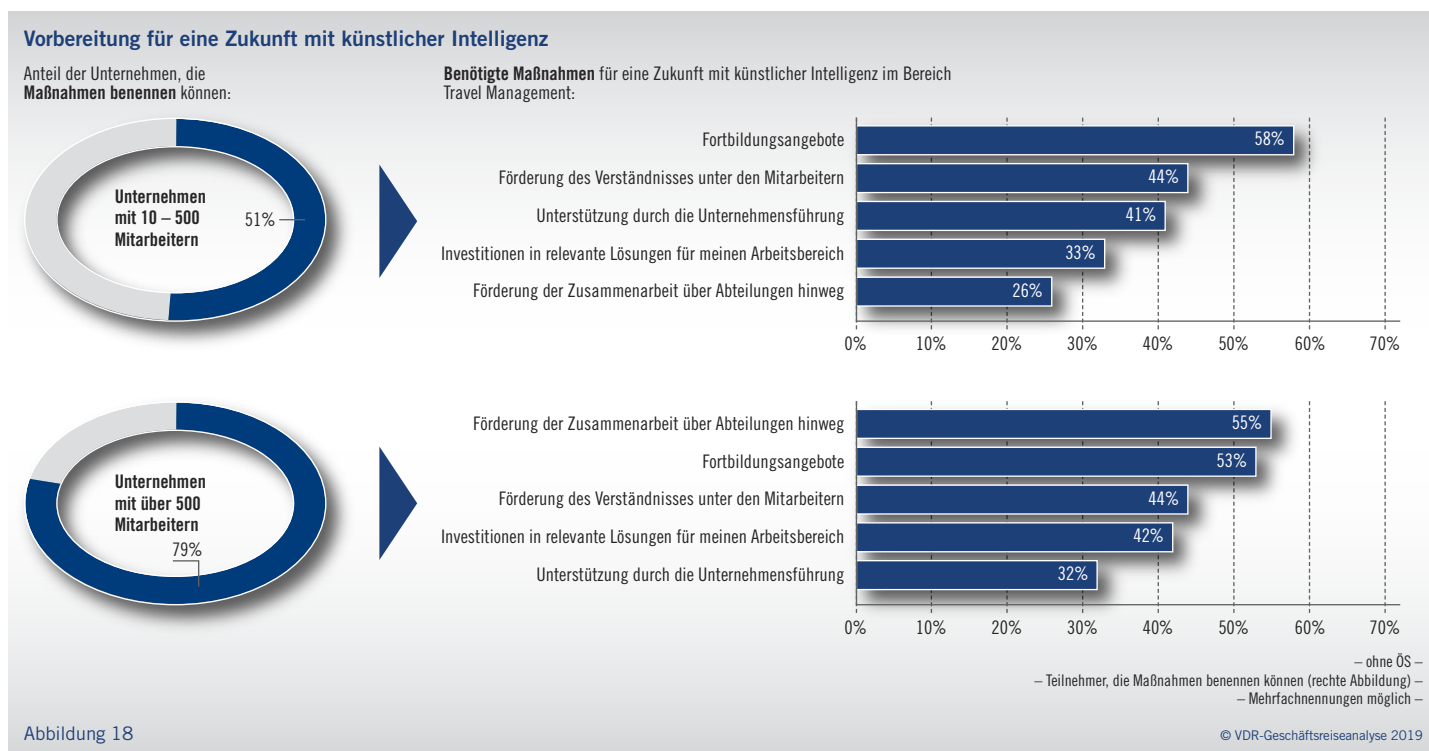


Abbildung 18



7 Bürokratieabbau, Brexit

Bürokratiehemmnisse

” Welches sind aus Ihrer Sicht die größten Bürokratiehemmnisse rund um das Geschäftsreisemanagement? “

Nahezu die Hälfte der deutschen Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern und jedes dritte im Mittelstand leiden unter überspitzter Bürokratie. Für 81% der größeren Firmen sind die Meldepflicht von Geschäftsreisenden in das EU- und EFTA-

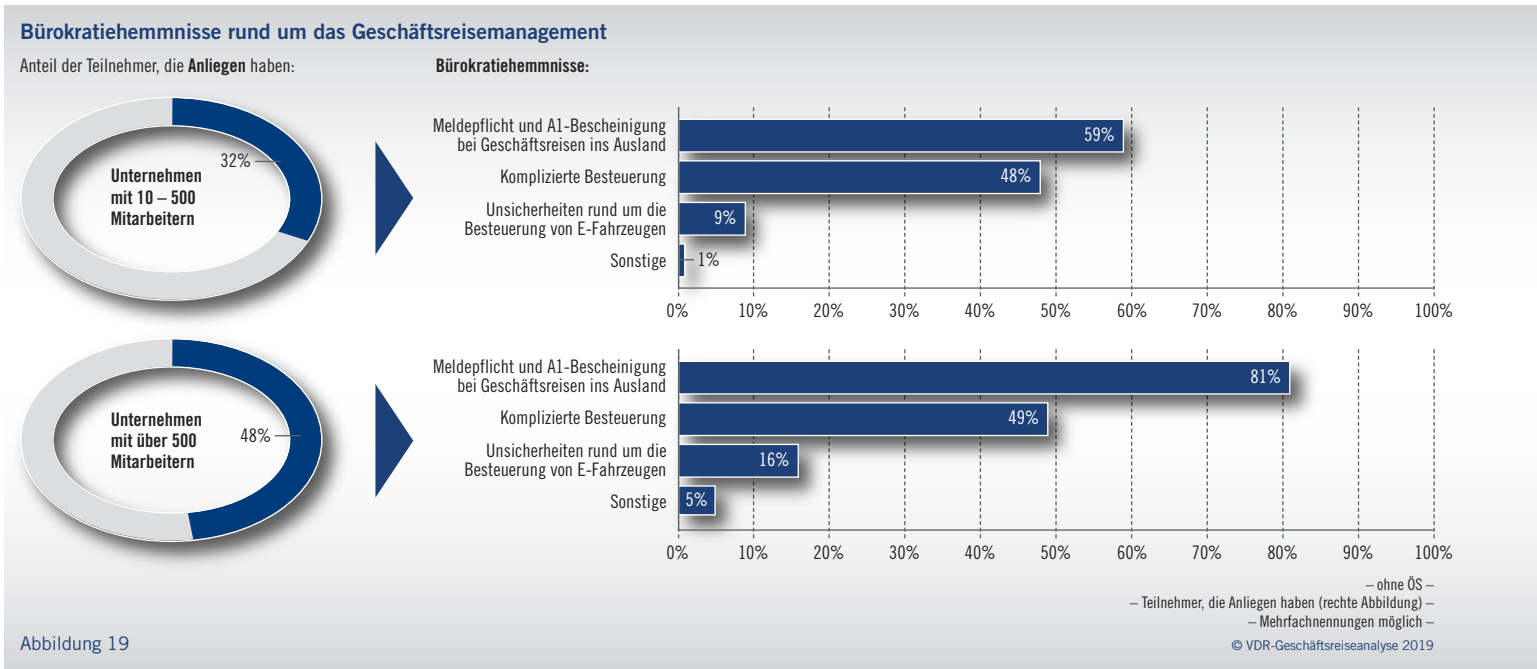


Abbildung 19

Ausland sowie der zu erbringende Nachweis der deutschen Sozialversicherung („A1-Bescheinigung“) die derzeit größten bürokratischen Hürden im Travel Management.

Die verschärften EU-Entsenderichtlinien stellen Unternehmen vor immense organisatorische Probleme und bedeuten insbesondere für den breit aufgestellten deutschen Mittelstand einen oft-

mals nicht zu stemmenden Zusatzaufwand. Vereinfachungen sind dringend notwendig.

Im öffentlichen Sektor wird aufgrund der anderen Dienstreisestrukturen – 56 % bleiben im Inland – ein anderes gewissermaßen „hausgemachtes“ Thema als am hinderlichsten empfunden: die komplizierte Besteuerung.

Meldepflicht

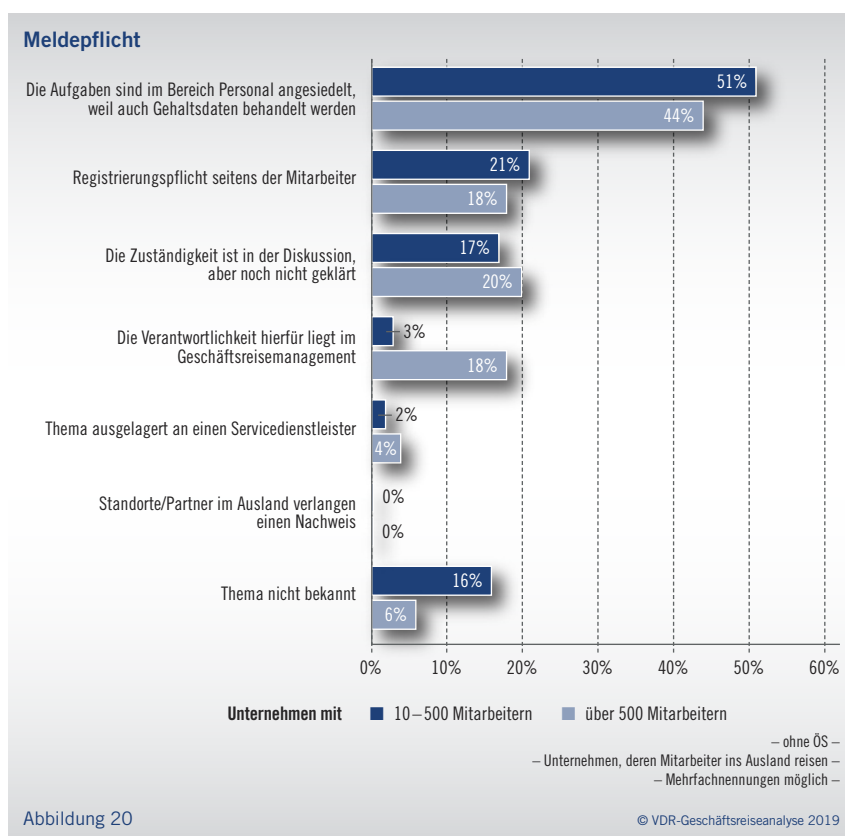
Wie gehen Sie in Ihrem Unternehmen mit dem Thema Meldepflicht von Geschäftsreisenden im EU- und EFTA-Ausland um?

Das Thema der „Arbeiterentsendungen“ ist seit den Römischen Verträgen tief in der Entstehungsgeschichte der EU verankert. Im Jahr 1996 wurde die Richtlinie des Europäischen Parlaments und des Rates über die Entsendung von Arbeitnehmern im Rahmen der Erbringung von Dienstleistungen verabschiedet. Sie regelt grenzüberschreitend vor allem faire und sichere Arbeits- und Beschäftigungsbedingungen.

Die Zuständigkeiten für die Einhaltung der EU-Richtlinien und entsprechende EU-Verordnungen sind in deutschen Unternehmen unterschiedlich verteilt. In rund der Hälfte der Firmen, die Geschäftsreisen ins Ausland organisieren, ist es unter anderem die Personalabteilung, bei rund einem Fünftel sind die Reisenden selbst für ihre Registrierung verantwortlich. Weitere 20 % der größeren und 17 % der kleineren Firmen geben an, die Zuständigkeit noch nicht abschließend geklärt zu haben.

Das Travel Management ist nur selten federführend. Eine gänzliche Wissenslücke in diesem Thema haben 16 % der Firmen im Mittelstand, während Standorte oder Partner im Ausland sich hundertprozentig auf die Einhaltung der Vorschriften durch die deutsche Seite verlassen.

Um Geschäftsreiseverantwortliche mit aktuellem Wissen und Methoden zu unterstützen, bietet die VDR-Akademie regelmäßig Fortbildungen zu diesen und anderen wichtigen Themen an.²⁰



²⁰ Mehr Informationen und Anmeldung: www.vdr-akademie.de

A1-Bescheinigung

Wie gehen Sie in Ihrem Unternehmen mit dem Thema A1-Bescheinigung im Ausland um? „

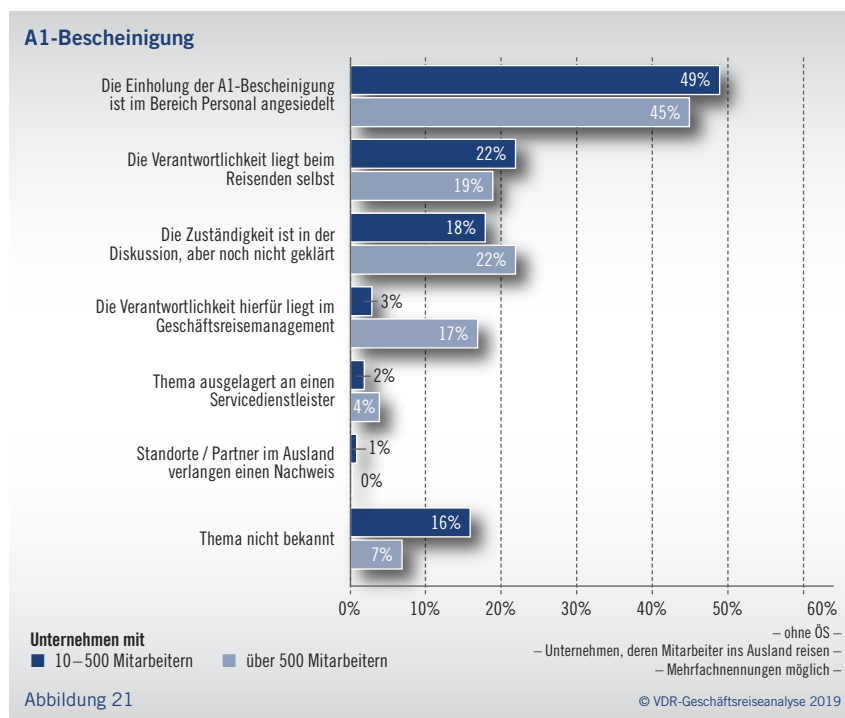
Die Europäische Kommission hatte im März 2019 eine Überarbeitung der „Regeln zur Koordinierung der Systeme der sozialen Sicherheit“ vorgelegt. Darin sollte unter anderem der Prozess für den zu erbringenden Nachweis der deutschen Sozialversicherung (A1-Bescheinigung) bei Reisen ins EU-Ausland deutlich vereinfacht werden. Bisher konnten sich die Mitgliedsstaaten aber nicht auf eine Neufassung einigen – wann das passieren wird, ist aktuell unklar. Unternehmen müssen die derzeit geltenden Bestimmungen befolgen – ihre Mitarbeiter dürfen weiterhin nur mit den entsprechenden Bescheinigungen ins Ausland reisen.

Die A1-Bescheinigung bestätigt, dass der dienstlich Reisende den Rechtsvorschriften des eigenen Landes unterliegt und keine Sozialversicherungsbeiträge in dem Reiseland entrichten muss. Sie wird bei der Krankenkasse beziehungsweise beim zuständigen Rentenversicherungsträger ausgestellt, bei dem der Geschäftsreisende versichert ist. Eine

A1-Bescheinigung wird immer benötigt, auch wenn die eigentliche Tätigkeit nicht der Meldepflicht gemäß Entsendungsvorschriften unterliegt.

Bei kurzfristigen Dienstreisen ist zwar generell eine nachträgliche Vorlage möglich, allerdings nur, wenn dies nicht gegen die Bestimmungen des Reiselandes verstößt, was unbedingt zu prüfen ist. Analog zur EU-Meldepflicht liegt die Zuständigkeit für diese Bescheinigung zumeist in den Händen der Personalabteilung und etwa jeder fünfte Geschäftsreisende muss sich selbst darum kümmern. Das Travel Management übernimmt dies bei 17 % der größeren Unternehmen.

Bei künftigen Beschlüssen fordert der VDR deutlich mehr Weitblick seitens der politischen Entscheidungsträger und Einbeziehung der fachkundigen Betroffenen, bevor die Wirtschaft erneut unnötig mit immensen organisatorischen, prozessualen und finanziellen Herausforderungen konfrontiert wird, zumal viele bürokratische Hürden auch der Digitalisierung im Wege stehen. Der VDR wird sich auf bundes- und europapolitischer Ebene weiterhin für eine Abschaffung der A1-Bescheinigung für Dienstreisen in das EU-Ausland stark machen und den Dialog mit den Entscheidungsträgern aufrechterhalten.



Reisekostenabrechnung

Wie behandeln Sie das Thema der vereinfachten Reisekostenabrechnung (bei Belegen bis 250 Euro) in Ihrem Unternehmen? 44

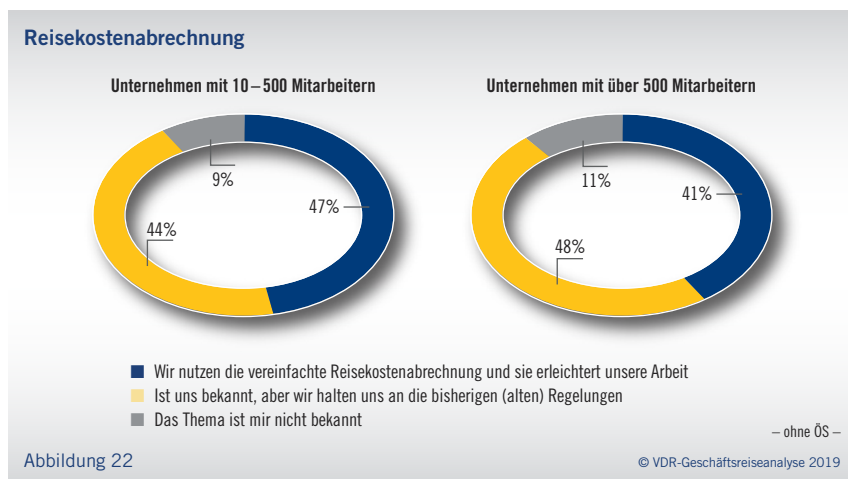
Der VDR setzt sich seit Jahren für den Abbau von bürokratischen Hemmnissen im Bereich des Mobilitätsmanagements ein. Im Ergebnis werden auch Bürokratienteilungsgesetze erlassen, wie die seit dem 1. Januar 2017 geltenden Erleichterungsvorschriften zur Reisekostenabrechnung bei Belegen bis 250 Euro. Zurzeit werden sie von einer knappen Hälfte der Unternehmen in Anspruch genommen.

Dass es sie gibt, ist allerdings etwa jedem zehnten Geschäftsreiseverantwortlichen noch unbekannt. Im öffentlichen Sektor ist man zu 69% bei der alten Regelung geblieben, auch wenn die Vereinfachungsmöglichkeit bekannt ist.

Eine Rechnung, deren Gesamtbetrag 250 Euro nicht übersteigt, muss mindestens folgende Angaben enthalten:

- den vollständigen Namen und die vollständige Anschrift des leistenden Unternehmers
- das Ausstellungsdatum
- die Menge und die Art der gelieferten Gegenstände oder den Umfang und die Art der sonstigen Leistung
- das Entgelt und den darauf entfallenden Steuerbetrag für die Lieferung oder sonstige Leistung in einer Summe sowie den anzuwendenden Steuersatz oder im Fall einer Steuerbefreiung einen Hinweis darauf, dass für die Lieferung oder sonstige Leistung eine Steuerbefreiung gilt.²¹

Damit sind geringere Anforderungen für den Vorsteuerabzug gestellt, gegenüber den in § 14 Abs. 4 UStG normierten umfangreicheren Rechnungsangaben.²²

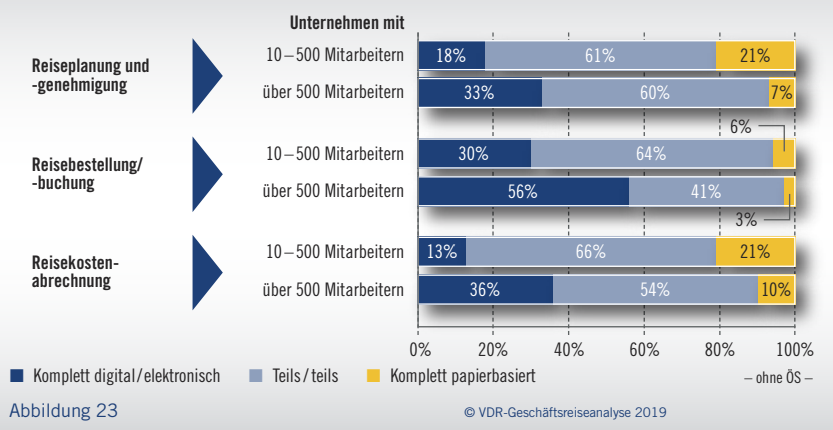


²¹ https://www.gesetze-im-internet.de/ustdv_1980/_33.html

²² https://www.gesetze-im-internet.de/ustg_1980/_14.html



Digitalisierungsgrad des Geschäftsreiseprozesses



Digitalisierungsgrad des Geschäftsreiseprozesses

- ” Wie wickeln Sie den Geschäftsreiseprozess ab? “
- ” Planen Sie in den kommenden 12 Monaten eine Umstellung auf eine digitale Reisekostenabrechnung? “

Mit der fortschreitenden Digitalisierung geht bereits seit über einem Jahrzehnt auch der Wunsch vieler Travel Manager einher, sämtliche Geschäftsreiseprozesse elektronisch abbilden zu können.²³

Die Reisebuchung erfolgt in 56 % der Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern inzwischen komplett digital. Doch bei der Reiseplanung und -genehmigung sowie der Reisekostenabrechnung ist in vielen Unternehmen noch Papier im Einsatz: Jede fünfte Firma im Mittelstand arbeitet in diesen Prozessen noch komplett analog. In Prozessen der Reisekostenabrechnung planen 71 % der Firmen in dieser Größenklasse zurzeit auch keine Umstellung, gegenüber 32 % der größeren Unternehmen.

Von Digital-Deutschland ist auch der öffentliche Sektor recht weit weg: Die Reisekostenabrechnung läuft in 41 % der Organisationen vollständig papierbasiert und von diesen planen 64 % derzeit auch keine Änderung dieser Praxis (ohne Abbildung).

²³Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2009, Kapitel 6 „Geschäftsreisen und Travel Management“, Seite 13 f. sowie VDR-Geschäftsreiseanalyse 2018, Kapitel 8 „Trends und Tools im Check“, Seite 23.

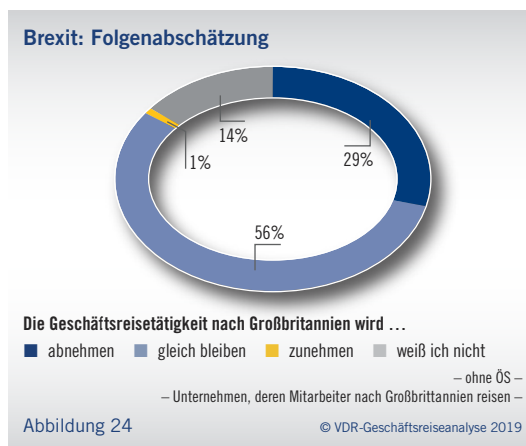


Brexit: Folgenabschätzung

” Der Brexit und die Folgen: Was wird mit der Geschäftsreisetätigkeit Ihres Unternehmens nach Großbritannien passieren? “

Drohte durch das Frühjahr immer wieder ein „ohne Deal“-Ausstieg des Vereinigten Königreichs aus der Europäischen Union, entschied sich die EU im April für „das kleinere Übel“ mit einem nochmaligen Verschiebungsszenario. „Der wirtschaftliche Preis dafür ist, dass die Unternehmen dies- und jenseits des Kanals in den kommenden Monaten weiter in der Luft hängen, was die Ausgestaltung der künftigen Wirtschafts- und Handelsbeziehungen betrifft.“ Diese lähmende Ungewissheit trübe die Stimmung und hinterlasse konjunkturelle Spuren beiderseits des Kanals.²⁴ „Die Unsicherheit bleibt“, sagte auch der Präsident des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), Eric Schweitzer. „Die Exporte von Deutschland in das Vereinigte Königreich sind bereits deutlich zurückgegangen.“ 2018 waren sie um vier Prozent auf 82 Milliarden Euro gesunken, nachdem es schon in den beiden Vorjahren einen Rückgang gegeben hatte.

Von den größten deutschen Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern packen 76 % die Koffer auch mal für Großbritannien (ohne Abbildung). Nach Einschätzung der Mobilitätsmanager von Firmen, die Reisen dorthin organisieren, wird sich der Brexit negativ



auf die Geschäftsreisetätigkeit auswirken. Rund ein Drittel rechnet nach dem EU-Austritt des Vereinigten Königreichs mit einem Rückgang der Geschäftsreisen auf die Insel. 56 % der Travel Manager gehen davon aus, dass die Zahl der Reisen auf dem derzeitigen Niveau verbleiben wird. Weitere 14 % wissen die Folgen des Brexits noch nicht einzuschätzen.

„Die Zahlen verdeutlichen, dass der Brexit auch am Geschäftsreisemarkt nicht spurlos vorbeigehen wird. Unternehmen mit engen Geschäftsbeziehungen zum Vereinigten Königreich sollten in jedem Fall auch das Travel Management in ihre Vorbereitungen einbeziehen, insbesondere wenn es um Datenschutz und Visafreiheit für EU-Bürger geht“, empfiehlt VDR-Präsident Christoph Carnier.

²⁴ Präsident des Bundesverbandes Großhandel, Außenhandel, Dienstleistungen e. V. (BGA), Holger Bingmann, in: <https://de.reuters.com/article/brexit-wirtschaft-idDEKCN1RNOU8>, 11.04.2019

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 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.

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und März 2019 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 2018. 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

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

	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
Summe	457.828	16.325.238	9.452	3.263.896	4.564	3.593.709	1.265	3.782.962	473.109	26.965.805

– Stand: 2018 –
– ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten –
Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg. Berechnung anhand der WZ08 (2017 und 2018) und der WZ03 (2008)

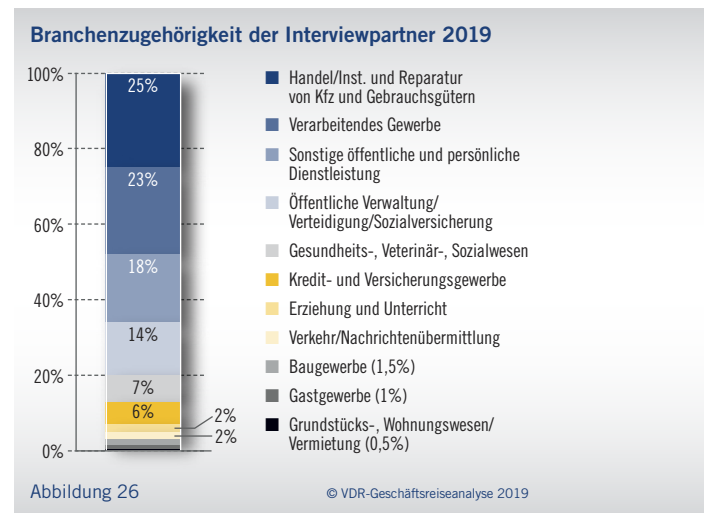
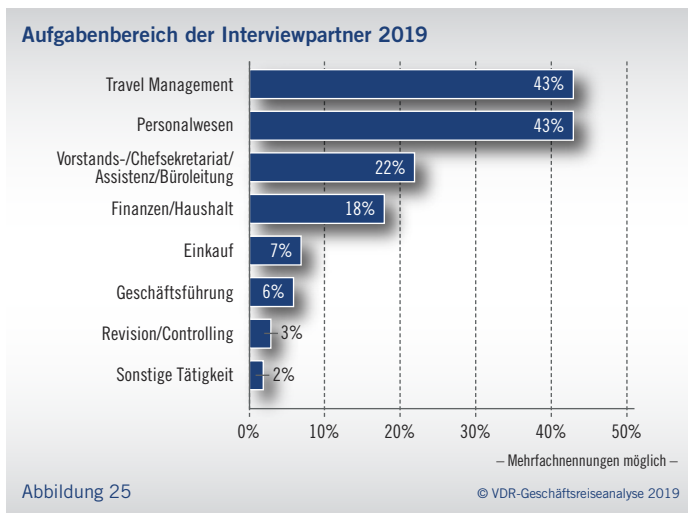
Tabelle 2

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2019

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 Hyvæinen (PRÁTTO Consulting) im Rahmen der fachlichen Analyse, Redaktion sowie organisatorischen Betreuung des Studienprojektes zusammen. Auch Ehrenamtliche bringen ihre Fachkompetenz von Anfang an mit ein: aus dem VDR-Präsidium Daniela Schade und Ralph Rettig (bis 2019) sowie je nach Themenschwerpunkt auch VDR-Fachausschussleiter.



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 mehr als 560 Mitgliedsunternehmen einen Gesamtumsatz im Geschäftsreisebereich von jährlich mehr als zehn Milliarden Euro.

Impressum

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007–2019) 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 2019 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) 2019 All rights reserved.
Originalausgabe 2019

Layout

Kugelstadt MedienDesign
Weyrechtstraße 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**

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

