

# VDR

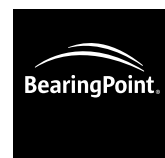
---

## *Geschäftsreiseanalyse*

---

# 2008

*in Zusammenarbeit mit*



Management  
& Technology  
Consultants



VERBAND DEUTSCHES REISEMANAGEMENT e.V.

## INHALTSVERZEICHNIS

<b>1</b>	<b>Wichtige Ergebnisse auf einen Blick</b> .....	<b>4</b>
<b>2</b>	<b>Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen</b> .....	<b>5</b>
	Anzahl .....	5
	Kosten .....	5
	Dauer .....	6
<b>3</b>	<b>Struktur der Geschäftsreisekosten</b> .....	<b>6</b>
	Durchschnittliche Geschäftsreisekosten .....	6
	Kostenbereiche .....	7
<b>4</b>	<b>Übernachtungen</b> .....	<b>8</b>
	Entwicklung der Übernachtungen und Umsätze .....	8
	Übernachtungskategorien und Auswahlkriterien .....	10
<b>5</b>	<b>Wichtigste Anbieter</b> .....	<b>11</b>
	Hotelgesellschaften .....	11
	Fluggesellschaften .....	11
	Mietwagenfirmen .....	11
<b>6</b>	<b>Geschäftsreisen und Travel Management</b> .....	<b>12</b>
	Einsatz von Travel Management .....	12
	Veranstaltungsrichtlinien .....	13
	Online-Buchungssysteme .....	14
	Reisebüro-Serviceentgelte .....	14
	Telefon- und Videokonferenzen .....	15
<b>7</b>	<b>Ausblick</b> .....	<b>15</b>
	Entwicklung des Geschäftsreisevolumens – Erwartungen für 2009 .....	15
	<b>Forschungsteam – VDR</b> .....	<b>16</b>
	<b>Methodik</b> .....	<b>17</b>
	<b>Impressum</b> .....	<b>19</b>

## KOSTENBEWUSST IN ZEITEN DES AUFSCHWUNGS

Berufsbedingte Mobilität ist ein facettenreicher, hochdynamischer Teil der Wirtschaft. Geschäftsreisen sichern – konservativ gerechnet – weit über eine halbe Million Arbeitsplätze in Deutschland.<sup>1</sup> Jeder zweite Euro, der in deutschen Hotels ausgegeben wird, kommt von Geschäftsreisenden. Und Millionen von Urlaubsreisenden profitieren nachhaltig von Angeboten, die vom Geschäftsreisemarkt indirekt mitfinanziert werden. Der Geschäftsreisemarkt bleibt ein verlässlicher Indikator der wirtschaftlichen Lage und wirkt zugleich stabilisierend: Er ist saisonunabhängig und weitgehend krisenfest, weil Mobilität von Mitarbeitern meistens eine wichtige Voraussetzung für Wachstum ist. Wie dieser Teil der Wertschöpfung 2007 gemanagt wurde, zeigen einige der nachfolgenden Ergebnisse.

Die sechste VDR-Geschäftsreiseanalyse liefert Jahres-Kennzahlen, prüft Entwicklungen und geht auf Wunschthemen der Leser ein: Wie entwickeln sich Reisebürokosten? Welche Hotelkategorie wird bevorzugt gebucht? Welche Airlines, Hotelgruppen und Mietwagengesellschaften wählen Travel Manager? Repräsentative Antworten auf bekannte und neue Themen lesen Sie in dieser Studie.

Mit dem wirtschaftlichen Aufschwung nehmen auch Geschäftsreisen zu – Preise steigen – Kostenexplosion unvermeidbar? Travel Manager tragen durch vorausschauende Kostenkontrolle dazu bei, die Wettbewerbsfähigkeit ihrer Unternehmen zu sichern. Richtige Rahmenbedingungen sind hierfür Voraussetzung. Allen Akteuren der deutschen Wirtschaft und Politik steht der VDR als Wissensnetzwerk und Initiator für Zukunftsthemen im Bereich Geschäftsreisen zur Seite.

<sup>1</sup> Insbesondere in Hotellerie und Gastronomie, bei Verkehrsträgern, auf Flughäfen, in Reisebüros und weiteren geschäftsreiseppezifischen Dienstleistungen. Anteilig hinzuzurechnen wäre beispielsweise noch Beschäftigung in der Automobilindustrie, IT und Telekommunikation.

## Die Eckdaten

- ◆ 2007 unternahm jeder dritte Beschäftigte mindestens eine Geschäftsreise.
- ◆ 166,6 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von **+ 5,6%** 157,8 Mio. Geschäftsreisen
- ◆ 48,7 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit **+ 2,7%** 47,4 Mrd. Euro
- ◆ 137 Euro pro Geschäftsreisendem pro Tag. **- 7,4%** 148 Euro

2006:

**Sparerefolg in Milliardenhöhe**

Die Anzahl der Geschäftsreisen in Deutschland ist in den letzten vier Jahren kontinuierlich gestiegen. Waren es 2004 noch rund 146 Millionen Reisen, so betrug die Zahl 2007 fast 167 Millionen – plus etwa 14%. Im selben Zeitraum stiegen die Ausgaben der deutschen Wirtschaft für Geschäftsreisen aber nur um rund 11% – von 44 Milliarden Euro 2004 auf knapp 49 Milliarden Euro. Somit wurden – trotz Kerosinzuschlägen und Nullprovision – Kosten in Höhe von rund 1 Milliarde Euro eingespart. Aktiv betriebenes Travel Management macht sich folglich bezahlt (Abbildungen 1 und 2, Seite 5).

**Travel Manager drücken die Kosten**

Die durchschnittlichen Kosten für Geschäftsreisen sind auf Talfahrt: Betrug sie 2005 noch 335 Euro pro Reise, so sanken sie 2006 auf 325 Euro und 2007 auf 316 Euro. Der Rückgang von rund 6% ist ein weiterer Indikator dafür, dass systematische Ausgabenkontrolle bei Geschäftsreisen die Produktivität der Wirtschaft erhöht (Abbildung 4, Seite 6).

**Geschäftsreisekosten sind Chefsache**

Die Geschäftsführung kümmert sich heute wesentlich öfter um das Thema Reisekosten als vor vier Jahren. Zwei von drei Unternehmensleitungen befassen sich zum Beispiel mit Reiserichtlinien und Reisekostensteuerung. Parallel wuchs aber auch die Zuständigkeit von Travel Managern und Chefsekretariaten für diese Aufgaben. Somit steigt die Erkenntnis, dass Reisekosten keine „Peanuts“ sind (Abbildung 10, Seite 12).

**Geschäftsreisen schaffen Arbeitsplätze**

Unternehmen und ihre Geschäftsreisenden sind trotz ihres Kostenbewusstseins der Wachstumsgarant der Reisebranche. Denn gaben Urlauber 2007 nur 50,9 Milliarden Euro statt 53,9 Milliarden Euro wie 2006 aus (minus 6%), kletterte das Gesamtbudget der Wirtschaft für ihre Geschäftsreisen von 47,4 Milliarden Euro auf knapp 48,7 Milliarden Euro – ein Plus von knapp 3%. Das schafft wertvolle Arbeitsplätze im In- und Ausland (Tabelle 2, Seite 7).

**Mit Geschäftsreisenden kann die Hotellerie rechnen**

Hotels sind Gewinner der geschäftlichen Mobilität: Die Zahl der Übernachtungen deutscher Geschäftsreisender stieg in nur einem Jahr – von 2006 auf 2007 – um insgesamt 7%. Das Ausland separat betrachtet, explodierte die Wachstumsrate sogar auf stolze 28%. In der ausländischen Hotellerie gaben deutsche Geschäftsreisende im Jahr 2007 über 3 Milliarden Euro aus – ein kräftiger Anstieg um rund 24% zum Vorjahr (Abbildung 6, Seite 8 und Tabelle 3, Seite 9).

**Hotelqualität mit Brief und Siegel**

Dass der Preis das wichtigste Kriterium bei der Hotelauswahl ist (83%), überrascht niemanden. Doch schon an zweiter Stelle rangieren die Klassifizierung und die Zertifizierung (44%), dann erst folgt die persönliche Empfehlung (35%). Die neutrale und verlässliche Bewertung spielt somit eine überragende Rolle – eine weitere Bestätigung für die VDR-Hotelzertifizierung (Abbildung 9, Seite 10).

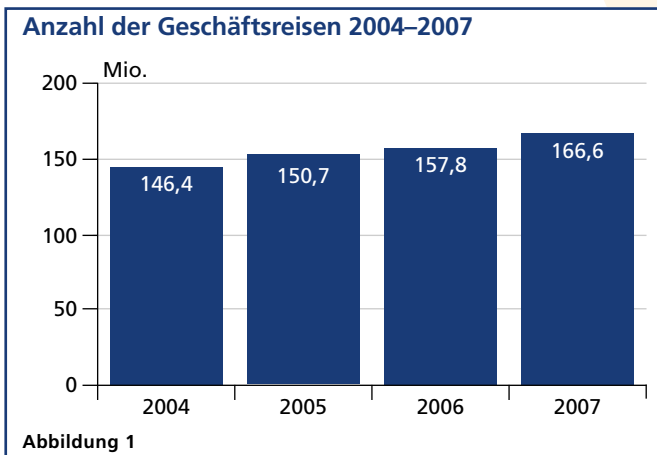
**Erfolg für Online-Buchungssysteme**

Mehr als jedes zweite Unternehmen mit Reisekosten von über einer Viertelmillion Euro setzt Online-Buchungssysteme ein. Andererseits haben immerhin 28% über diese Möglichkeit der Kosteneinsparung noch nie nachgedacht. 6% haben sich – aus welchen Gründen auch immer – gegen Online-Buchungssysteme entschieden (Abbildung 12, Seite 14).

## 2 GESCHÄFTSREISEN: ECKDATEN UND KENNZAHLEN

### Anzahl

Die Anzahl der Geschäftsreisen von Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern ist von 2006 bis 2007 um 5,6% gestiegen. Stärkere Geschäftsreisetätigkeit war schon vor dem ökonomischen Aufschwung zu beobachten. Im vergangenen Jahr wuchs sie mit der Wirtschaft und Arbeit: Die Anzahl der Beschäftigten in Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern stieg um 4,6% auf über 22 Millionen.<sup>2</sup> Mit zwei von fünf Geschäftsreisen ist die Dienstleistungsbranche nach wie vor am häufigsten unterwegs.

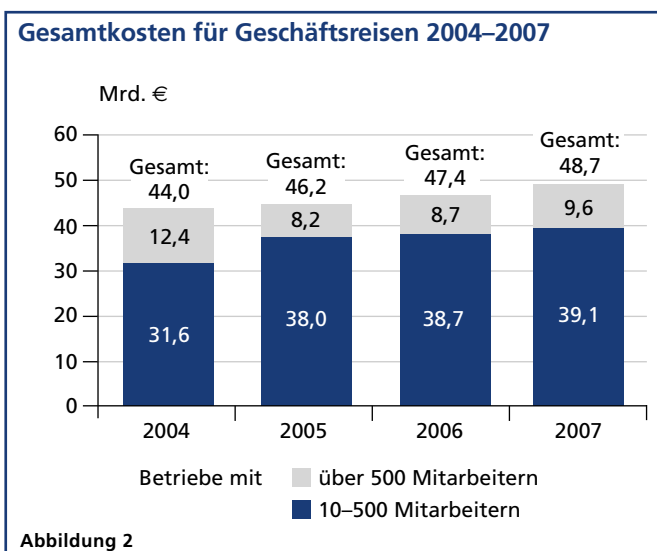


„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2007 in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation durchgeführt?“

### Kosten

Die Gesamtkosten für Geschäftsreisen sind um 2,7% auf 48,7 Milliarden Euro gestiegen. Dabei hat die Mehrheit der Betriebe gut gewirtschaftet: Die Gesamtausgaben sind weniger stark gestiegen als die Anzahl der Geschäftsreisen.

Eine Ausnahme sind Firmen mit 251–500 Mitarbeitern. Während ihr Reisevolumen fast stabil blieb, stiegen ihre Kosten um 3%. Besonders sparsam war der öffentliche Sektor. Bei 2% mehr Dienstreisen konnten die Ausgaben um 2% noch gedrosselt werden. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) haben 2007 von den vielen auf sie zugeschnittenen Steuerungsangeboten profitiert: Bei 4% mehr Reisen gaben sie 1% mehr Geld aus. Große Unternehmen hatten mit einer halben Million mehr Beschäftigten (+21%) entsprechende zweistellige Zuwächse bei Reisevolumen und -kosten. Doch auch sie konnten ihre Kosten im Verhältnis erfolgreich kontrollieren (+33% Anzahl Geschäftsreisen gegenüber +24% Ausgabenzunahme).

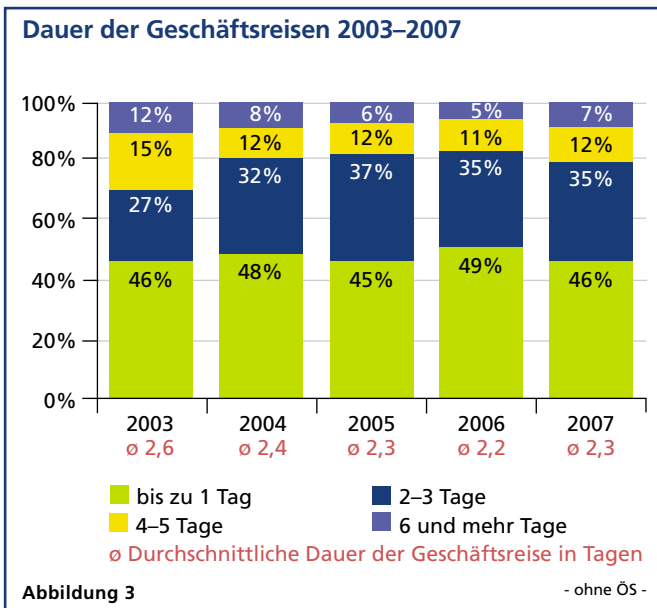


„Wie hoch waren im Jahr 2007 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

**Hinweis:** 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 unserem Glossar unter [www.vdr-service.de](http://www.vdr-service.de) > Kompetenzzentrum.

<sup>2</sup>Siehe Hinweise zur Methodik, Seite 17–18

### „Wie lange dauern Geschäftsreisen?“



### Dauer

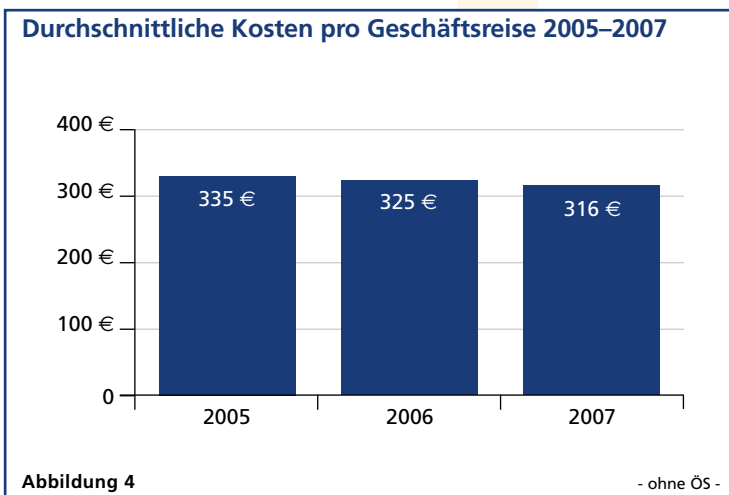
Erstmalig seit fünf Jahren sind Geschäftsreisen durchschnittlich wieder etwas länger geworden. Im Jahr 2007 dauerte eine Geschäftsreise durchschnittlich 2,3 Tage. Der Anteil von Geschäftsreisen ohne Übernachtung nahm um drei Prozentpunkte ab. Fast jede fünfte Reise dauerte vier Tage oder länger.

Im öffentlichen Sektor betrug der Anteil von Dienstreisen ohne Übernachtung 68% – ein leichter Rückgang zugunsten von zwei- bis dreitägigen Reisen, die oft zu Tagungen, Seminaren und Fortbildungen führen.

## 3 STRUKTUR DER GESCHÄFTSREISEKOSTEN

### Durchschnittliche Geschäftsreisekosten

#### „Wie viel kostet eine Geschäftsreise durchschnittlich?“



Travel Manager haben ganze Arbeit geleistet; das Kostenbewusstsein in den Unternehmen ist nicht der guten Stimmung in der Wirtschaft zum Opfer gefallen. Das zeigt sich bei den durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise, die sich auch 2007 drücken ließen, auf 316 Euro pro Reise. Die Durchschnittsausgaben aller Unternehmen pro Geschäftsreise sind somit um 9 Euro gesunken. Insbesondere wenn Marktpreise im Anstieg sind, lohnt sich Travel Management und der Einsatz spezifischer Tools für die Planung, Buchung und Kontrolle von Geschäftsreiseströmen.

„Wie viel gaben Unternehmen durchschnittlich für Geschäftsreisen aus?“  
 „Welchen Einfluss darauf hat das Travel Management?“

### Durchschnittliche Geschäftsreisekosten der Unternehmen 2006–2007

Unternehmen mit	Durchschnittliche Geschäftsreisekosten		Veränderung...		Anteil Travel Manager in Unternehmen 2007
	2006	2007	der durchschnittlichen Geschäftsreisekosten	des durchschnittlichen Geschäftsreisevolumens	
10–250 Mitarbeitern	119.000 €	118.000 €	- 1%	+ 2%	8%
über 251 Mitarbeitern	1.088.000 €	1.137.000 €	+ 5%	+ 9%	36%

Tabelle 1

- ohne ÖS -

KMU sind kostenbewusster geworden. Und größere Firmen haben das stärkere Wachstum des Geschäftsreisevolumens sehr gut aufgefangen; Travel Management wirkt.

### Geschäftsreisen und Urlaubsreisen<sup>3</sup> im Vergleich: Gesamt- und Tagesausgaben 2002–2007

Kennziffer		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
Gesamtausgaben pro Jahr	2007	48,7 Mrd. €	50,9 Mrd. €
	2006	47,4 Mrd. €	53,9 Mrd. €
	2005	46,2 Mrd. €	53,3 Mrd. €
	2004	44,0 Mrd. €	53,1 Mrd. €
	2003	54,1 Mrd. €	52,1 Mrd. €
	2002	48,7 Mrd. €	51,6 Mrd. €
Ausgaben pro Person und Tag	2007	137 €	65 €
	2006	148 €	66 €
	2005	146 €	67 €
	2004	104 €	63 €
	2003	133 €	62 €
	2002	102 €	61 €

Tabelle 2

Ein Geschäftsreisender gab 2007 mit durchschnittlich 137 Euro pro Tag über doppelt so viel wie ein Urlauber aus. Im Urlaubsreisemarkt sind im Jahresvergleich sowohl die Anzahl der Reisen, Ausgaben pro Person als auch die durchschnittliche Reisedauer leicht zurückgegangen.

### Kostenbereiche

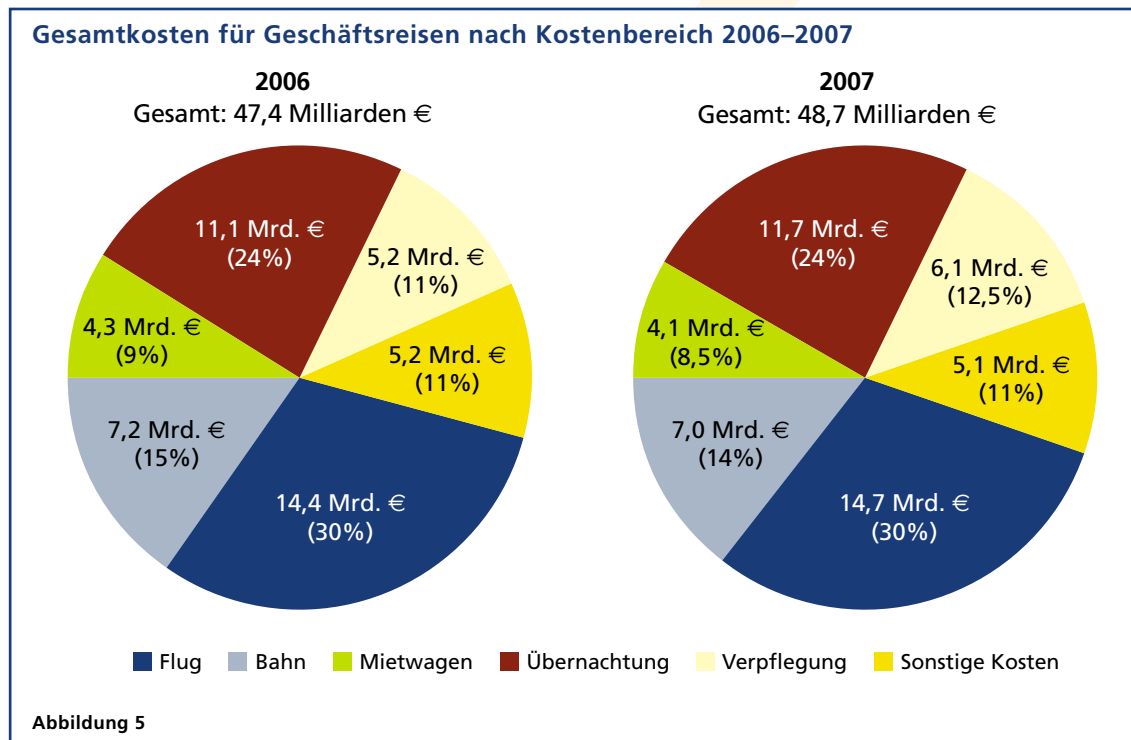
Prozentual gesehen herrschen „stabile Verhältnisse“ zwischen den Kostenbereichen (siehe Abbildung 5, Seite 8). In Eurobeträgen ergibt sich jedoch eine deutliche Kostenzunahme: 2007 wurden für Übernachtungen und Verpflegung 1,5 Milliarden Euro mehr als im Vorjahr ausgegeben. Bereits nach dem Sommer 2006 hatte das deutsche Gastgewerbe angekündigt, die Preise anzuheben.<sup>4</sup> Steigerungen bei Energie-, Personal-, Reinigungs- und Kfz-Kosten wurden seitens der Hotellerie in Preisverhandlungen mit eingebracht. Nicht nur mehr und längere Reisen, sondern auch die weltweit gestiegenen Lebensmittelpreise schlagen bei den Verpflegungskosten mit 17% im Jahresvergleich voll durch. Diese tauchen in gestiegenen Frühstückspreisen wieder auf. Mehr Geschäftsverhandlungen und damit ein Anstieg der Bewirtungsausgaben wird eine weitere Ursache sein.

Während die Ausgaben für Flugtickets gestiegen sind, wurde für Mietwagen und Bahnfahrten weniger aufgewendet. 2007 haben längere Reisen zu einem leichten Rückgang des Transportkostenanteils geführt – es wurde mehr übernachtet.

<sup>3</sup>Eigene Berechnungen, in Anlehnung an F.U.R., Hamburg/Kiel: Reiseanalysen 2003–2008. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

<sup>4</sup>Vgl. Saisonumfrage Tourismus des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK): „Erwartungen an die Wintersaison 2006/07 – Bilanz der Sommersaison 2006“.

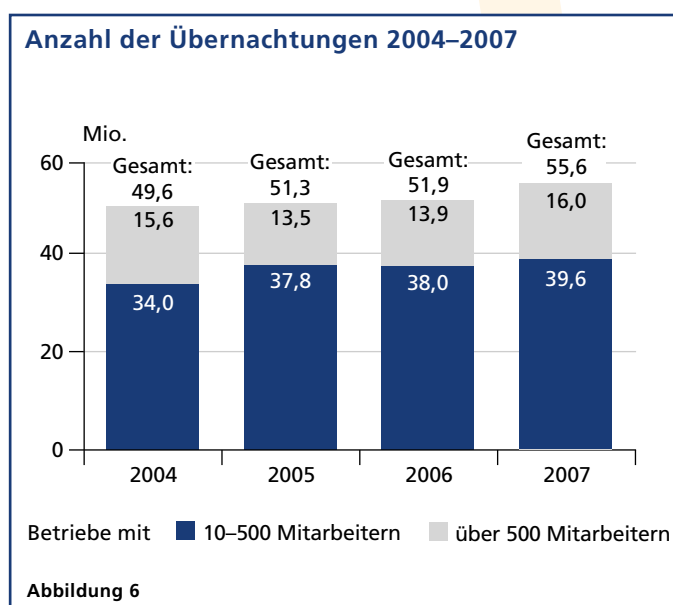
„Wie hoch waren in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation die Beträge für die unterschiedlichen Kostenbereiche?“



## 4 ÜBERNACHTUNGEN

Entwicklung der Übernachtungen und Umsätze

„Wie hoch war die Anzahl der Übernachtungen<sup>5</sup> der Mitarbeiter Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen?“



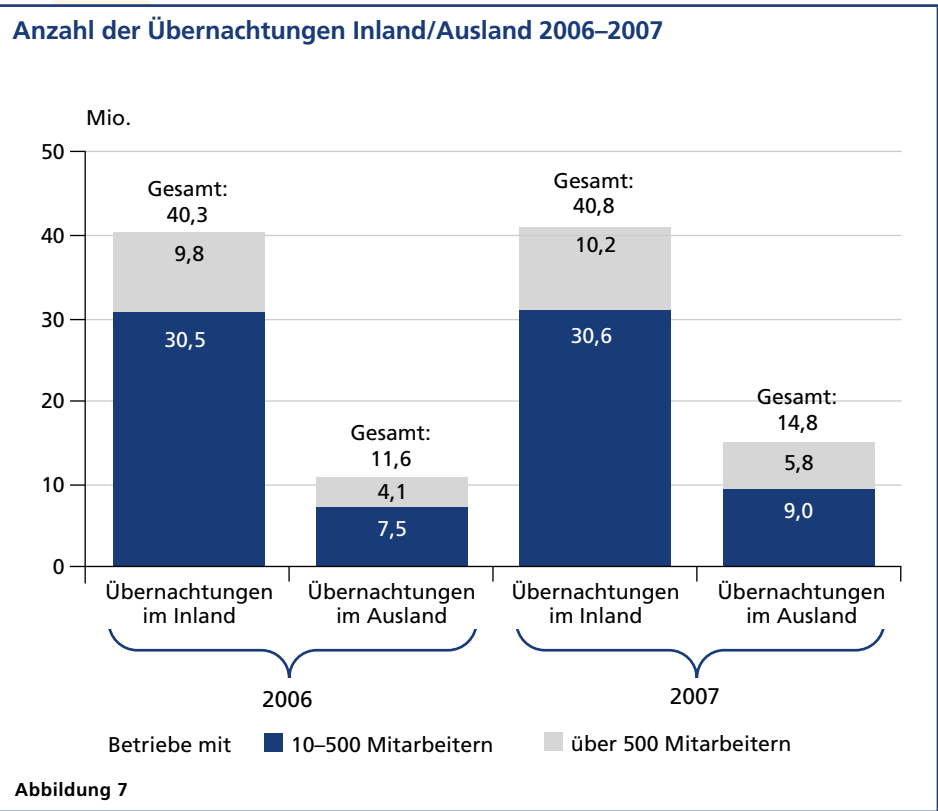
Im Jahr 2007 nahmen die Übernachtungen durch deutsche Betriebe um 7% zu: Die Gesamtanzahl wuchs auf 55,6 Millionen. Damit haben Unternehmen ihre Planungsaussagen des Jahres 2006 eingehalten<sup>6</sup>:

- ◆ Insbesondere größere Firmen haben mehr übernachtet (Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern +15%).
- ◆ Die Trend-Zielländer 2007 – China und USA – haben längere Geschäftsreisen bewirkt.
- ◆ Bei den KMU waren die Wachstumserwartungen geringer. Dementsprechend schwächer haben sie zur Positivbilanz der Geschäftshotellerie beigetragen, aber immerhin auch 4% mehr Übernachtungen produziert.

<sup>5</sup> Übernachtungen = room nights.

<sup>6</sup> Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006, Abschnitt 6.1 „Anzahl und Ziele der Geschäftsreisen – was plant die Wirtschaft“.

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



Im Jahr 2007 haben deutsche Geschäftsreisende insgesamt rund 40,8 Millionen Nächte in inländischen Beherbergungsbetrieben verbracht; erneut ein leichter Anstieg zum Vorjahr. Den bisherigen Erkenntnissen entsprechend, konnte die ausländische Hotellerie durch die Geschäftsreisen deutscher Betriebe 2007 zweistellige Übernachtungszuwächse verbuchen.

„Welche Umsätze wurden dadurch generiert?“

**Gesamtumsätze Übernachtungen Inland/Ausland 2006–2007**

Umsatz	2006	2007
Inland	8,6 Mrd. €	8,6 Mrd. €
Ausland	2,5 Mrd. €	3,1 Mrd. €

Tabelle 3

Die Umsätze in Höhe von 8,6 Milliarden Euro sind stabil geblieben. Dies entspricht etwa der Hälfte der Gesamtumsätze im klassischen Beherbergungsgewerbe.<sup>7</sup> In der ausländischen Hotellerie wurden etwa 3,1 Milliarden Euro ausgegeben – ein kräftiger Anstieg um 24% zum Vorjahr.

Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden, Durchschnittskosten pro Übernachtung stiegen im Jahr 2007 um 6 Euro auf 140 Euro.<sup>8</sup>

Eines wird klar: Mit Geschäftsreisenden kann die Hotellerie rechnen. Jeder vierte Euro wird für die Übernachtung ausgegeben. Abzuwarten bleibt, welche Zahlen das Jahr 2008 bringen wird. Neue Geschäftsfelder, positive Auftragslage, mehr Mitarbeiter sowie neue Einsatzorte, aber auch die Zunahme von Schulungen, Messen und Tagungen sind die Gründe, weshalb auch in diesem Jahr ein Mehr an Übernachtungen durch deutsche Geschäftsreisende zu erwarten ist.<sup>9</sup>

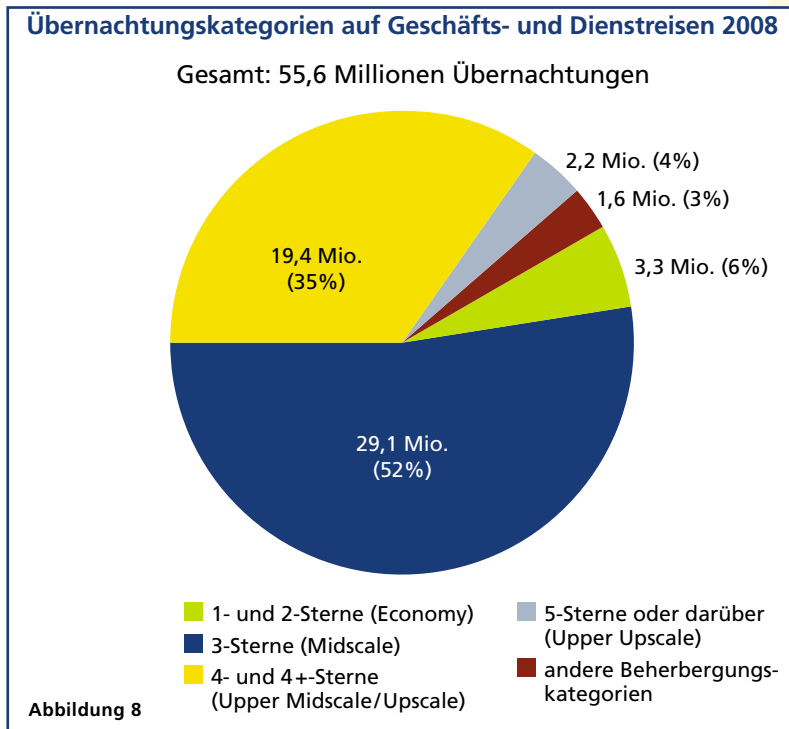
<sup>7</sup>Vgl. Hotelverband Deutschland (IHA): Hotelmarkt Deutschland 2008.

<sup>8</sup>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.

<sup>9</sup>Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007, Abschnitt 4 „Übernachtungen“, Abbildung 8.



## „Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb gebucht?“



Deutsche Geschäftsreisende übernachten weltweit vor allem in der 3- und 4-Sternehotellerie. Den Löwenanteil von 52% an geschäftlichen Übernachtungen verbucht die 3-Sterne-Hotellerie für sich. An zweiter Stelle liegt die 4- und 4+-Sternekategorie. In der Tophotellerie finden nur 4% aller geschäftlichen Übernachtungen statt. Doppelt so häufig bettet man sich am unteren Ende der Skala. Somit sind Gasthöfe, Pensionen, Privatzimmer, Tagungs- und Fortbildungsstätten eine feste Größe, um Kosten zu sparen. Apartments und Boardinghouses werden am wenigsten genannt.

Der Vergleich zwischen Unternehmensgrößen ergibt keine wesentlichen Unterschiede in diesem Buchungsmuster. Im öffentlichen Sektor werden die Kategorien ab 4 Sterne weniger als bei den Firmen gebucht: Während 43% der Firmen 4 Sterne und mehr vorziehen, stammt nur jede vierte Buchung (26%) in diesen Kategorien aus dem öffentlichen Bereich.

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

Sind Markenbewusstsein und Kundenbindung in der Hotellerie Illusion? Für über 80% der Geschäftsreisenden ist der Preis entscheidend und nur für 7% die Marke. Leistungsunterschiede – sofern vorhanden – dringen nicht bis zum Kunden durch oder sind für ihn anscheinend bedeutungslos. Persönliche Empfehlungen hingegen spielen bei der Hotelauswahl eine große Rolle. Ein Hinweis darauf, dass dies zum Beispiel in Firmen-Intranets berücksichtigt werden sollte. Die relativ geringe Bedeutung der Reise-richtlinie in diesem Zusammenhang kann als Indiz dafür gelten, dass sie allein kein effektives Steuerungsinstrument ist.

Besonders preissensibel sind die Dienst-reiseverantwortlichen im öffentlichen Sektor. 92% der Befragten nennen den Preis als oberstes Auswahlkriterium. Dies überrascht nicht aufgrund der gesetzlichen Vorgaben. Lediglich 18% gehen auf persönliche Empfehlungen ein.

## Einflussgrößen bei der Hotelauswahl 2008

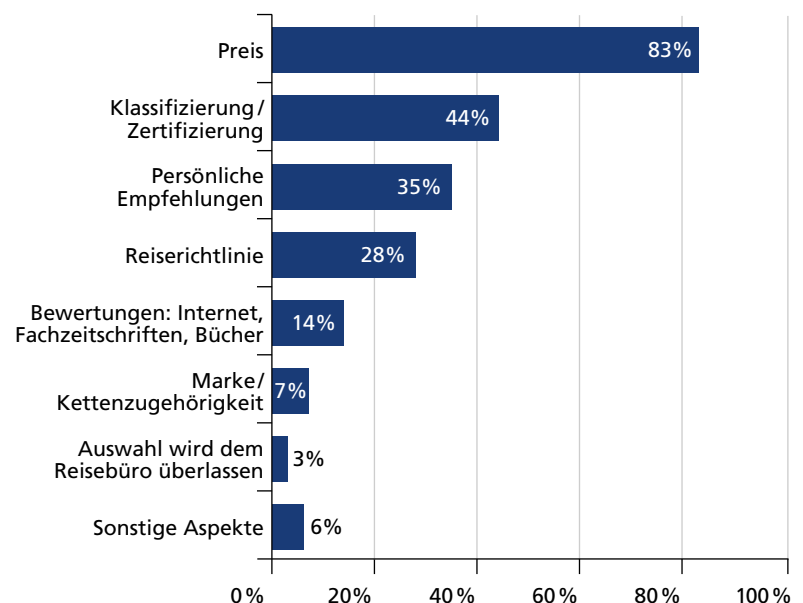


Abbildung 9

- ohne ÖS -  
- maximal 4 Nennungen -

## 5 WICHTIGSTE ANBIETER

In diesem Jahr wurden die Geschäftsreiseverantwortlichen erstmalig nach ihren wichtigsten Partnern gefragt. Bis zu drei Hotels, Airlines und Mietwagenfirmen durften genannt werden, bei denen der größte Umsatz oder die meisten Buchungen getätigt wurden. Die so entstandenen „Hitlisten der Travel Manager“ stehen somit für die Bedeutung in den Betrieben. Diese Rankings sagen jedoch nichts aus über Marktanteile oder Umsatzvolumina.

**Hinweis:** Basis sind jeweils die Betriebe, die mindestens einen Anbieternamen genannt haben. Eine Gewichtung fand wie folgt statt: Die erstgenannte Marke erhielt drei Punkte, die auf Platz zwei genannte zwei Punkte und die auf dem dritten Platz genannte einen Punkt. Bei Mietwagen wurde lediglich nach den Partnern im Inland gefragt. Für die Hotellerie wurde die Frage nach Umsatz „inklusive Geschäftsreisen und Veranstaltungen“ gestellt.

### Wichtigste Hotelanbieter für Geschäftsreisen im Inland 2007<sup>10</sup>

Rang	Hotelgesellschaften
1	Accor
2	NH Hoteles
3	Einzelhäuser*
4	InterContinental
5	Best Western
6	Maritim
7	Steigenberger
8	Marriott
9	Hilton
10	Renaissance

Tabelle 4 \* Einzelne Hotels ohne Ketten- oder Konzernzugehörigkeit

### Wichtigste Hotelanbieter für Geschäftsreisen im Ausland 2007

Rang	Hotelgesellschaften
1	Accor
2	Marriott
3	InterContinental
4	Hilton
5	Starwood
6	Best Western
7	NH Hoteles
8	Einzelhäuser*
9	Hyatt
10	Steigenberger

Tabelle 5 \* Einzelne Hotels ohne Ketten- oder Konzernzugehörigkeit

### Wichtigste Fluggesellschaften für Geschäftsreisen im Inland 2007

Rang	Fluggesellschaften
1	Lufthansa
2	Air Berlin
3	Germanwings
4	TUIfly

Tabelle 6

### Wichtigste Fluggesellschaften für Geschäftsreisen ins Ausland 2007

Rang	Fluggesellschaften
1	Lufthansa
2	Air France
3	Air Berlin
4	KLM
5	British Airways
6	Swiss
7	Germanwings
8	Emirates
9	SAS
10	Ryanair

Tabelle 7

### Wichtigste Mietwagenfirmen für Geschäftsreisen im Inland 2007

Rang	Mietwagenfirmen
1	Sixt
2	Europcar
3	Hertz
4	Avis
5	Budget
6	Enterprise
7	National Car

Tabelle 8

<sup>10</sup>Zugehörigkeit von Einzelmarken zu Konzernen unter: [www.hotelmarken.de](http://www.hotelmarken.de), [www.fvw.de](http://www.fvw.de) (Who owns whom) sowie Websites der Hotelgesellschaften.

## Einsatz von Travel Management

„Wer legt in Ihrem Unternehmen die Reiserichtlinien fest, verhandelt mit Reisebüros und Leistungsträgern, steuert und kontrolliert die Reisekosten?“

Zuständigkeit für die Kernaufgaben des Geschäftsreisemanagements 2008/2004

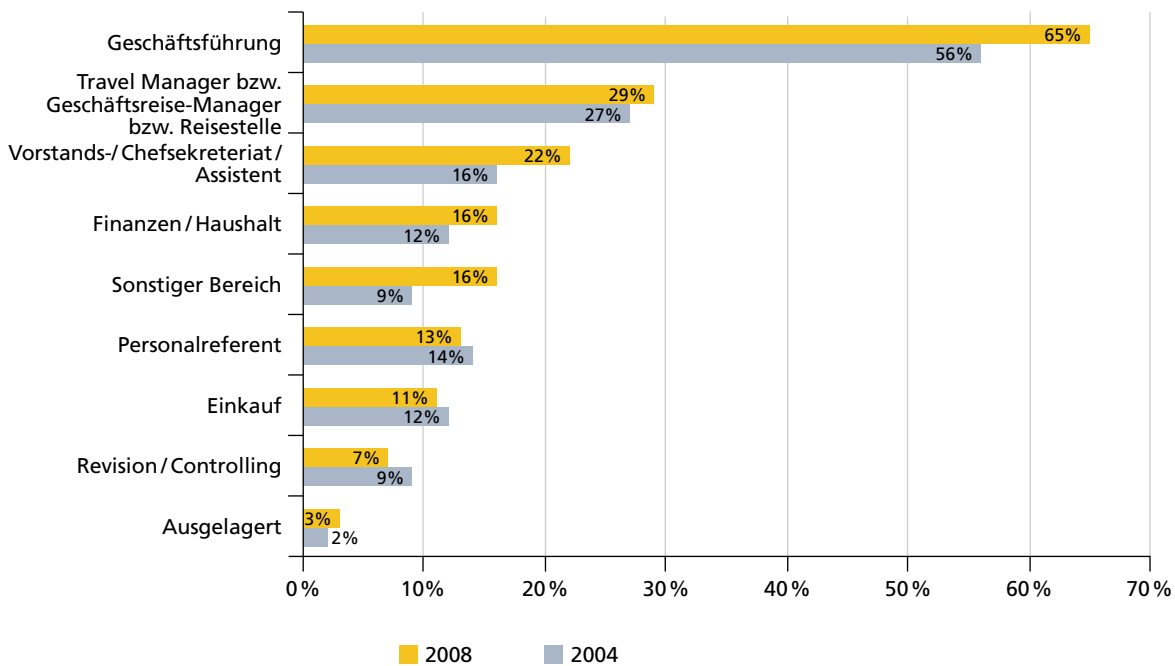


Abbildung 10

- ohne ÖS -  
- Mehrfachantworten möglich -

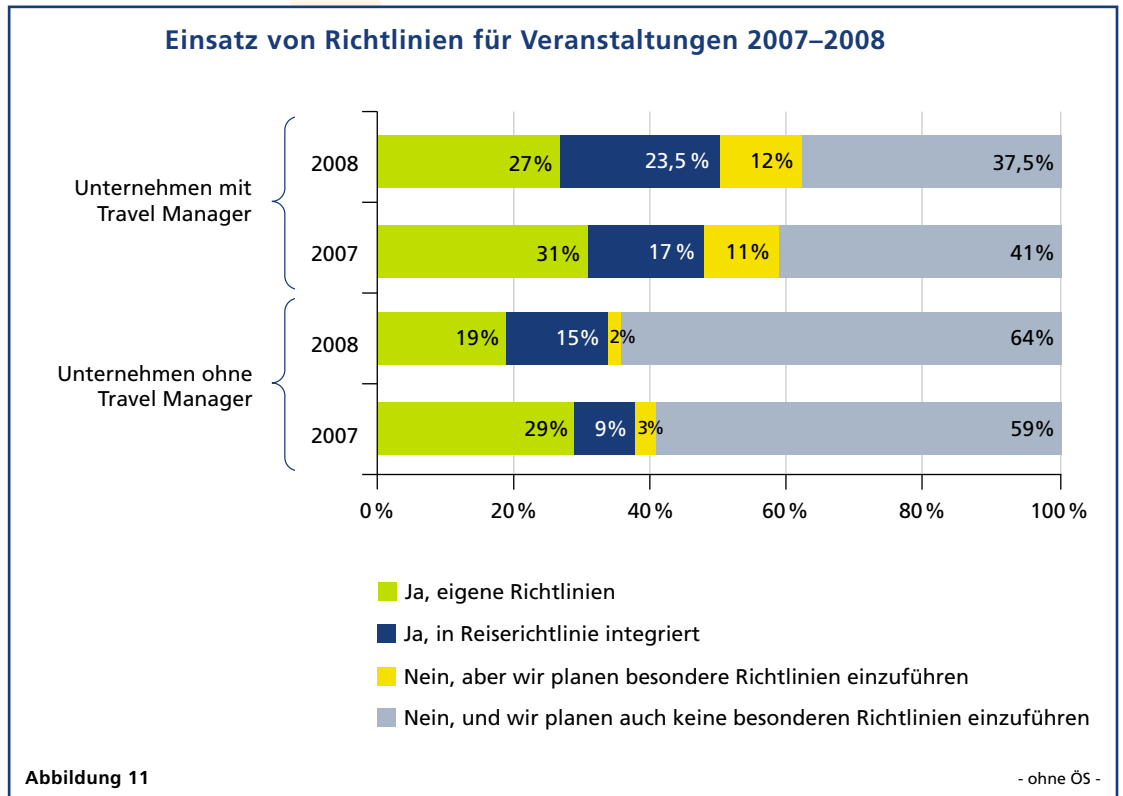
Der Einsatz von Travel Managern in Unternehmen hat zugenommen. Die Geschäftsführung kümmert sich heute noch wesentlich öfter um das Thema als vor vier Jahren und damit zusammenhängend auch die Chefsekretariate. Zu diesem hohen Anteil tragen vor allem die KMU bei (77%).

Die Bedeutung der Personalstellen, Einkäufer und Controller ist marginal rückläufig. Dafür sind „sonstige Bereiche“ und auch etwas mehr Outsourcing stärker vertreten.

Positives Zeichen bei den KMU: Hier hat sich der Anteil von Travel Managern seit 2004 vervierfacht (von 2% auf 8%). Im öffentlichen Sektor ist das Outsourcing der Kernaufgaben üblich: Jede zweite Organisation (49%) gibt das Dienstreisemanagement in die Hände von Spezialisten außerhalb der eigenen Organisation.

## Veranstaltungsrichtlinien

„Gibt es in Ihrem Unternehmen besondere Richtlinien für Veranstaltungen?“



Travel Manager setzen Veranstaltungsrichtlinien deutlich öfter ein als es in Firmen ohne Travel Manager der Fall ist. Fast zwei von drei Firmen mit Travel Manager haben eine Richtlinie für Veranstaltungen beziehungsweise planen, diese einzuführen (62,5%). Ihr Anteil ist innerhalb eines Jahres um drei Prozentpunkte gewach-

sen, während in Unternehmen ohne Travel Manager das Wissen über die Wirksamkeit oft gar nicht vorhanden ist. Bei einem Drittel dieser Unternehmen gibt es eine Regelung für die Planung, den Einkauf und die Steuerung von Veranstaltungsausgaben (34%).

„Werden diese Instrumente in Ihrem Unternehmen eingesetzt (Online Booking Tools, Online Booking Engines, Travel Management Systeme)?“

**Einsatz von Online-Buchungssystemen 2008  
in Unternehmen mit Geschäftsreisekosten von mindestens 250.000 €**

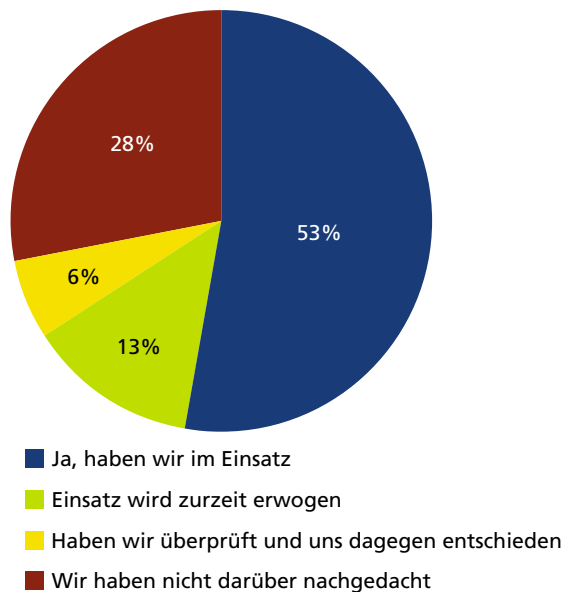


Abbildung 12

- ohne ÖS -

Diese Frage umfasst Systeme in Unternehmen, deren Einsatz unter Umständen auch in Zusammenarbeit mit einem Reisebüro oder direkt mit Leistungsträgern vereinbart sein kann. Steuerungs-freies „Suchen und Buchen“ im Internet ist nicht gemeint.

Der zwischen den Jahren 2004–2006 festgestellte Trend zu Preisvergleichen, „mehr online“ und „weniger Reisebüro“ ist weiterhin deutlich<sup>11</sup>. 53% der Firmen mit mindestens 250.000 Euro Geschäftsreisekosten haben ein Online-Tool, und etwa jede zehnte erwägt aktuell die Einführung. Aber: Noch nicht darüber nachgedacht hat fast jedes dritte Unternehmen mit diesen Ausgaben. Wer sich gegen ein firmeneigenes System entschieden hat, bucht über ein Reisebüro, hat zu geringe Reisevolumina oder zu hohe Kosten im Vergleich zum Nutzen festgestellt.

### Reisebüro-Serviceentgelte

„Wie viel berechnen Reisebüros für eine telefonische Buchung eines elektronischen (papierlosen) Flugtickets („Etix“), je nach Zielregion?“

Tendenziell ist der Service günstiger geworden. Auch der Unterschied zwischen den Preisen für Großunternehmen und KMU ist etwas geschmolzen. Lediglich im Interkontinental-Bereich besteht die Regel „je kleiner die Firma, umso teurer das Ticket“.

Auf die Frage, ob Reisebüro-Serviceleistungen überhaupt in Anspruch genommen werden, antworteten vor drei Jahren 18% der Unternehmen beziehungsweise 50% der Organisationen im öffentlichen Sektor mit „Nein“. Heute wickelt jede dritte Firma (27%) und über die Hälfte der Befragten aus dem öffentlichen Sektor (55%) ihre Geschäftsreisen ohne ein Reisebüro ab. Wenn ein Reisebüro beauftragt wird, sind transaktionsbasierte Vergütungsmodelle am häufigsten (43% der Unternehmen).

**Durchschnittliche Reisebüro-Serviceentgelte für telefonische Buchung „Etix“ 2008/2005**

Größenklassen	Inland 2008/2005	Europa 2008/2005	Interkontinental 2008/2005
10–250 Mitarbeiter	27 € / 30 €	30 € / 31 €	47,50 € / 45 €
251–500 Mitarbeiter	23,50 € / 25 €	30 € / 30 €	41 € / 40 €
501–1500 Mitarbeiter	28 € / 28 €	30 € / 30 €	37 € / 35 €
über 1500 Mitarbeiter	22 € / 25 €	25 € / 27 €	35 € / 35 €
<b>Gesamt</b>	<b>24 € / 25 €</b>	<b>28 € / 29 €</b>	<b>36 € / 38 €</b>

Tabelle 9

- ohne ÖS -  
- Medianwerte -

<sup>11</sup>Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2004, Abschnitt 4.7 „Aktuell: Nullprovision und ihre Auswirkungen“ sowie VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006, Abschnitt 4.6 „Buchungswege“ und Abschnitt 6.2 „Kosteneinsparungen – heute und morgen“.

## Telefon- und Videokonferenzen

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

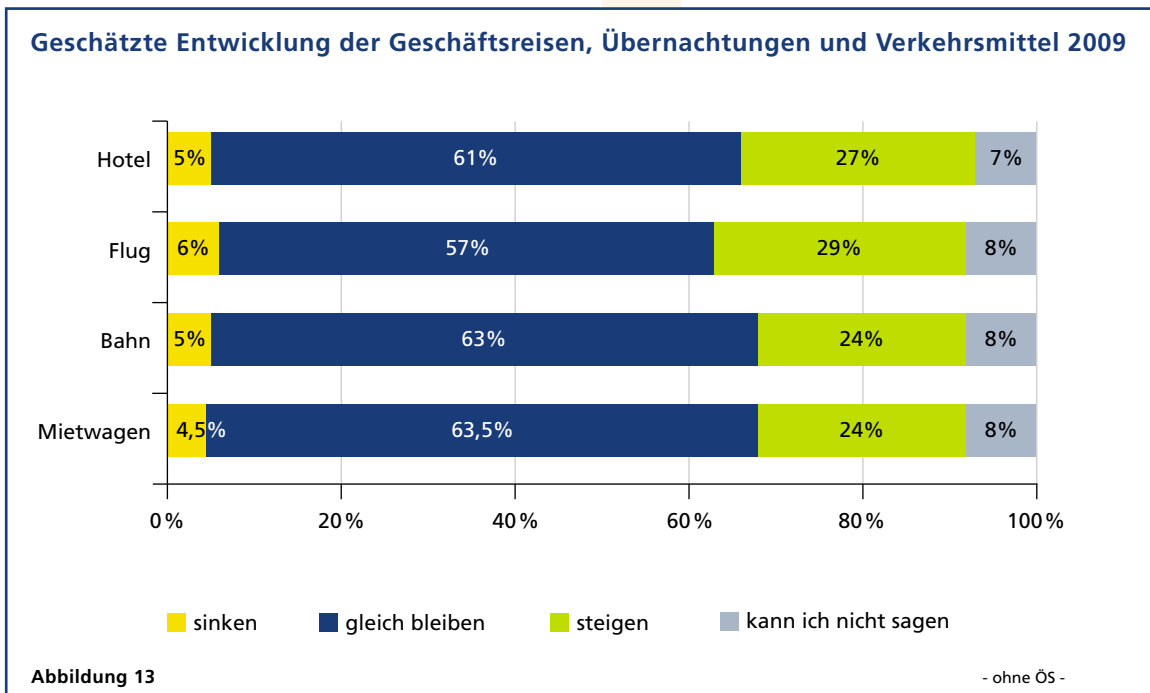
Wie im Vorjahr, werden Telefon- und/oder Videokonferenzen in etwa zwei Drittel der Unternehmen genutzt. „Virtuelle Meetings“ expandieren derzeit also nicht, trotz heißer Klimadebatte. Kommunikation statt Reisen ist nur eine der vielen Möglichkeiten, die ein Betrieb wahrnehmen kann. Der „VDR-Wegweiser Nachhaltigkeit“ zeigt, wie sich Firmenmobilität erhalten lässt und gleichzeitig Nachhaltigkeit und Klimawandel Rechnung getragen werden kann – von der Analyse des ökologischen Fußabdrucks bis zur Implementierung mit Leistungsträgern.

## 7 AUSBLICK

### Entwicklung des Geschäftsreisevolumentens – Erwartungen für 2009

Die Entwicklung der Reiseströme für das kommende Jahr einzuschätzen, ist für die Befragten wieder ein wenig schwieriger geworden. 2005 war jedes fünfte Unternehmen nicht in der Lage, eine Erwartung zu nennen. Im Jahr 2007 war es für die meisten möglich, eine recht genaue Planung mitzuteilen. Heute schwankt man zwischen Zuversicht, Stabilitätserwartungen, und erneut gestiegener Unsicherheit – wie geht es weiter?

### „Wie wird sich die Anzahl der Übernachtungen und Reisen Ihres Unternehmens im Jahr 2009, im Vergleich zum Jahr 2008 verändern?“



Fast unverändert planen neun von zehn Unternehmen für 2009 gleich viel oder mehr Geschäftsreisen. 61% der befragten Unternehmen erwarten gleich bleibende Übernachtungszahlen, doch 27% rechnen mit Zuwächsen. Somit wird die Anzahl der Übernachtungen im kommenden Jahr weiter steigen, möglicherweise jedoch nicht mehr so stark wie 2007–2008.

Der wirtschaftliche Aufschwung und das damit verbundene Beschäftigungswachstum bringen größere Reisevolumina bei allen Verkehrsträgern. Jede dritte Firma wird 2009 öfter fliegen. Mietwagenfirmen können auf etwas stärkere Zuwächse hoffen als in den Vorjahren, ebenso die Bahn, denn jede vierte Firma rechnet mit mehr erdgebundenen Geschäftsreisen.

## DAS FORSCHUNGSTEAM DER VDR-GESCHÄFTSREISEANALYSE 2008

Der **Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)** definiert als Herausgeber unter Einbeziehung seiner Mitglieder die grundlegende Struktur für diese Analyse und wählt aktuelle Fragestellungen aus. Das Beratungsunternehmen **BearingPoint** verantwortet die fachlich-analytische Arbeit, Berichterstattung sowie organisatorische Betreuung des Studienprojektes. **United Research AG** übernimmt die Feldarbeit sowie wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung.

### VERBAND DEUTSCHES REISEMANAGEMENT E.V. (VDR)

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) setzt sich als Interessenvertretung der deutschen Wirtschaft zum Thema Geschäftsreisemanagement ein für effiziente, wirtschaftliche, sichere, ungehinderte, weltweite Reisemöglichkeiten für Unternehmen. Er vertritt mit seinen über 500 Mitgliedsunternehmen einen Gesamtumsatz im Geschäftsreisebereich von jährlich mehr als zehn Milliarden Euro.

Seit 1974 ist der VDR Ansprechpartner, wenn es darum geht, den Bereich Geschäftsreiseverkehr betrieblich zu optimieren. Priorität für den Verband hat der kontinuierliche Dialog auf nationaler und internationaler Ebene – mit seinen Mitgliedern, mit Anbietern von Reiseleistungen im Geschäftsreiseverkehr, mit politischen Vertretern und anderen Verbänden.

Geschäftsreisen stellen einen großen betrieblichen Kostenblock dar. Der VDR hilft seinen Mitgliedern, vorhandene Einspar- und Optimierungsmöglichkeiten zu identifizieren. Der inhaltliche Auftrag des Verbandes umfasst die stetige Professionalisierung und die Förderung moderner und innovativer Methoden des Travel Managements. Kosten- und Prozessoptimierung, kontinuierlicher Dialog und Networking mit Branchenkollegen sowie Aus- und Weiterbildung stehen dabei im Mittelpunkt. Das Spektrum der VDR-Serviceleistungen ist vielfältig. Das verbandseigene Dienstleistungsunternehmen, die VDR-Service GmbH, steht als ständiger Ansprechpartner für die Mitglieder zur Verfügung und koordiniert die Vielzahl der Service-Angebote.

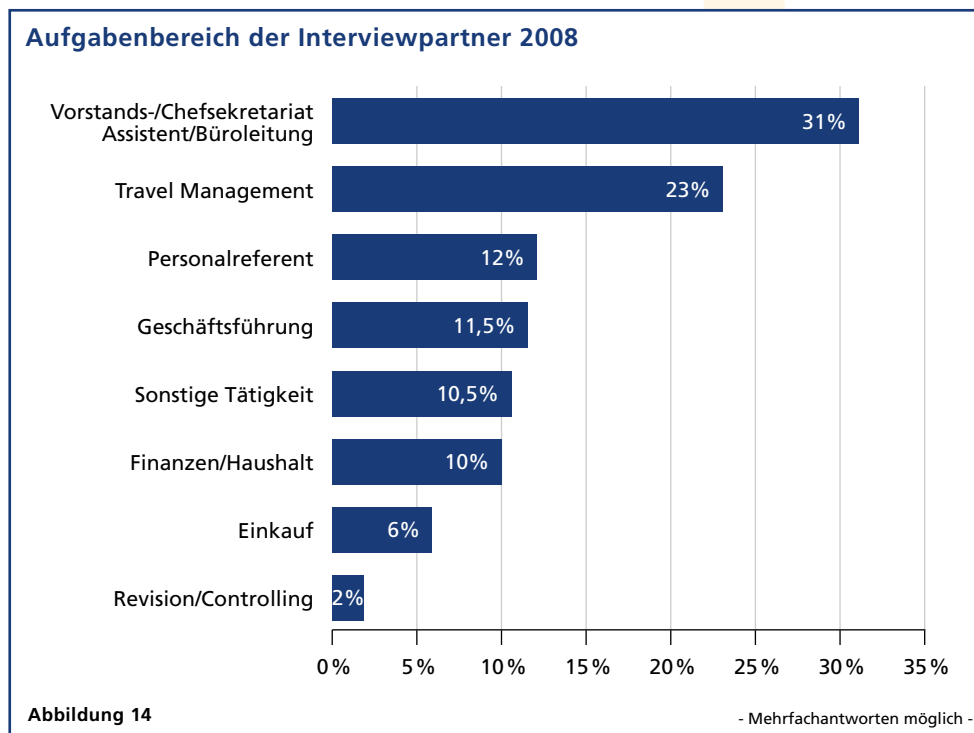
Die „VDR-Geschäftsreiseanalyse“ liefert das sechste Jahr in Folge repräsentative Zahlen über den Geschäftsreisemarkt in Deutschland und gibt Einblick in die Organisation von Geschäftsreisen in Unternehmen und im öffentlichen Sektor. Mit dem Anspruch auf Neutralität, Kontinuität und Aktualität erscheint die „VDR-Geschäftsreiseanalyse“ seit September 2003. Informationen zu den Ausgaben 2003 bis 2007: [www.geschaeftsreiseanalyse.de](http://www.geschaeftsreiseanalyse.de).

## 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 grundlegender 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 wie auch Organisationen des öffentlichen Sektors gemeint.

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen März und April 2008 wurden 800 computergestützte Telefoninterviews mit Personen geführt, die für das Management von Geschäftsreisen zuständig sind beziehungsweise organisatorisch befugt sind, die gesuchten Daten zur Verfügung zu stellen.



Somit spiegeln Antworten auf qualitative Fragen die zum Zeitpunkt der Befragung aktuelle Situation wider, alle anderen basieren auf den Zahlen des Jahres 2007. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 10, Seite 18).

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

- ◆ Betriebe mit 10–250 Mitarbeitern
- ◆ Betriebe mit 251–500 Mitarbeitern
- ◆ Betriebe mit 501–1500 Mitarbeitern
- ◆ Betriebe mit über 1500 Mitarbeitern



## Zahl der Betriebe und ihrer Beschäftigten nach Betriebsgrößenklassen und Wirtschaftsabschnitten (WZ03) in Deutschland

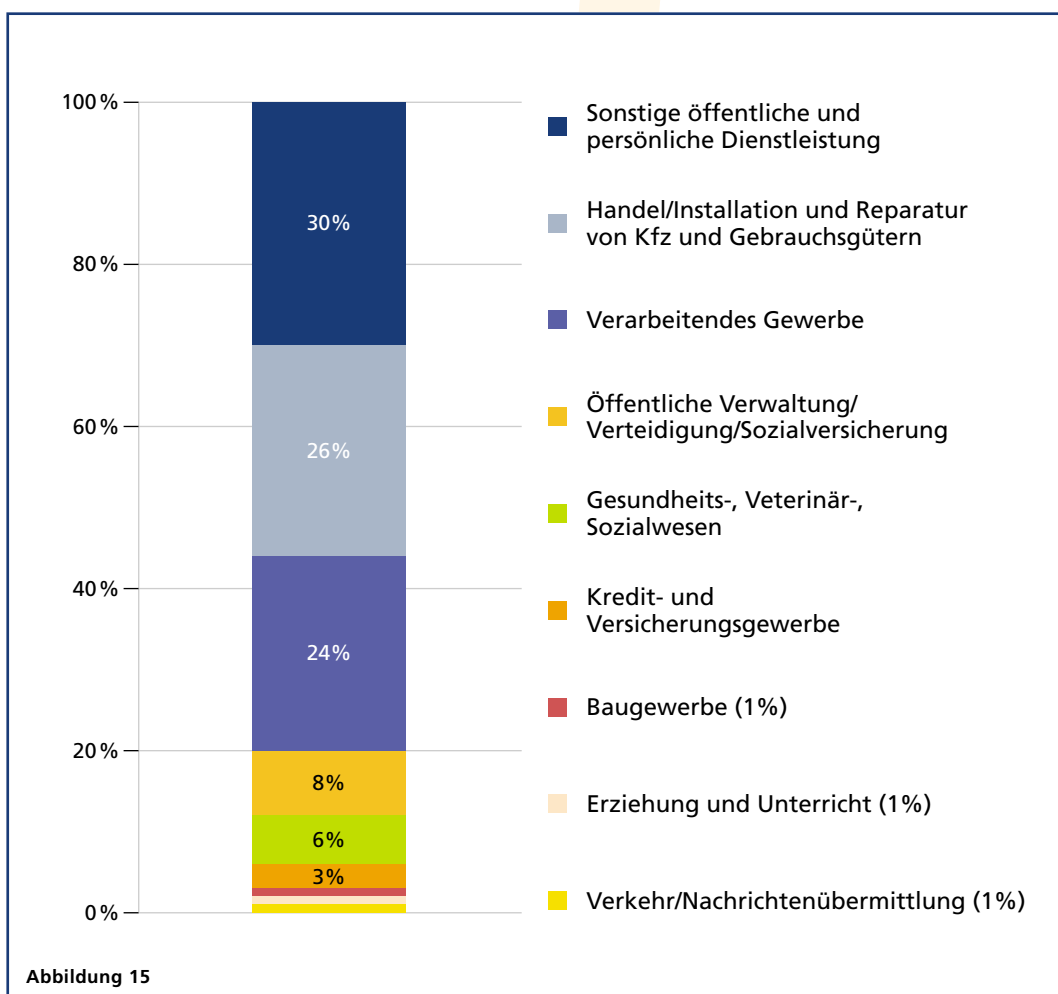
	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit ..... Beschäftigten)									
	10–250		251–500		501–1500		über 1500		Gesamt	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
<b>Summe</b>	374.970	13.343.951	7.974	2.744.815	3.858	3.031.359	1.029	2.930.472	387.831	22.050.597

Tabelle 10

- Stand: 30.06.2007, vorläufig -  
- ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten -

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg, 2008.

## Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2008



## IMPRESSUM

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007 und 2008) sowie deutschsprachige und englischsprachige Management Summaries der Jahre 2003–2006 sind kostenfrei verfügbar unter:  
[www.geschaeftsreiseanalyse.de](http://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 bedarf 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 2008 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 110  
60598 Frankfurt/Main  
Tel. 0 69 69 52 29 0  
Fax 0 69 69 52 29 29  
[info@vdr-service.de](mailto:info@vdr-service.de)  
[www.vdr-service.de](http://www.vdr-service.de)  
[www.geschaeftsreiseanalyse.de](http://www.geschaeftsreiseanalyse.de)

Copyright ©

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) 2008  
All rights reserved.  
Originalausgabe 2008

### **Druck**

Gathof Druck GmbH  
Anzengruberstraße 12  
63073 Offenbach/Main-Bieber  
Tel. 0 69 89 14 39  
Fax 0 69 89 10 71  
[Gathof\\_Druck@arcor.de](mailto:Gathof_Druck@arcor.de)



VERBAND DEUTSCHES REISEMANAGEMENT e.V.

Darmstädter Landstraße 110  
60598 Frankfurt am Main  
Tel. 0 69 69 52 29 0  
Fax 0 69 69 52 29 29  
info@geschaeftsreiseanalyse.de  
www.geschaeftsreiseanalyse.de  
info@vdr-service.de  
www.vdr-service.de

Mit freundlicher Unterstützung von:



**Business Plus**



**Lufthansa**  
City Center



**BAHN**

