



VDR

Geschäftsreiseanalyse

2009



VERBAND DEUTSCHES REISEMANAGEMENT e.V.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Wichtige Ergebnisse auf einen Blick	4
2	Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen	5
	Anzahl	5
	Kosten	5
	Dauer	6
3	Struktur der Geschäftsreisekosten	6
	Durchschnittliche Geschäftsreisekosten	6
	Kostenbereiche	7
4	Übernachtungen	8
	Entwicklung der Übernachtungen und Umsätze	8
	Übernachungskategorien	10
5	Wichtigste Anbieter	11
	Geschäftsreisebüros	11
	Mietwagenunternehmen Ausland	11
6	Geschäftsreisen und Travel Management	12
	Einsatz von Travel Management	12
	Arbeitszeit, weitere Aufgaben	13
	Reisekostenabrechnung	15
	Betriebliche Sozialverantwortung	16
7	Auswirkungen der Finanzkrise und Ausblick	17
	Entwicklung des Geschäftsreisevolumens – Erwartungen für 2009 und Folgeszenarien	19
	Forschungsteam – VDR	20
	Methodik	21
	Impressum	23

VERLÄSSLICHKEIT IN KRISENZEIT – TRAVEL MANAGEMENT WICHTIGER DENN JE

Berufsbedingte Mobilität ist ein hochdynamischer Teil und facettenreicher Indikator der Wirtschaft. Das Wort „Finanzkrise“ liefert in der Onlinesuche 10,5 Millionen Treffer – „Travel Management“ bringt es auf 56 Millionen (Mai 2009). Ein interessantes Zeichen und Teilergebnis der kontinuierlichen Arbeit des VDR als verlässliches Kompetenzzentrum rund um das Thema Geschäftsreise. Hierzu gehört die siebte VDR-Geschäftsreiseanalyse.

Lassen sich die zunehmenden Krisenmeldungen des Jahres 2008 bereits voll in den Kennzahlen des Geschäftsreisebereichs ablesen? Fällt betriebliche Sozialverantwortung der Wirtschaftskrise zum Opfer? Wie zeitintensiv ist Travel Management? Neben Zeitreihen und Kennzahlen finden Sie weitere Wunscht Themen der Leser in dieser Studie; repräsentative Antworten und auch Raum zum Nachdenken.

Jeder zweite Euro, der in deutschen Hotels ausgegeben wird, kommt weiterhin von Geschäftsreisenden. Umverteilungs- und Verlagerungstendenzen machen sich jedoch bemerkbar. Intelligente Mobilitätslösungen sind eine wichtige Voraussetzung für neues Wachstum. Positive Produktinnovationen, zum Beispiel im Bereich Nachhaltigkeit oder Kommunikation, verbreiten sich am schnellsten durch Multiplikatoren im Geschäftsreisebereich.

Einerseits haben Travel Manager zügig auf die Schockmeldungen 2008 reagiert. Andererseits dürfte es noch vor dem nächsten wirtschaftlichen Aufschwung einen Nachholbedarf an Geschäftsreisen geben. Travel Manager tragen mit Weitblick, Erfahrung und vorausschauender Kostenkontrolle dazu bei, die Zukunftsfähigkeit ihrer Unternehmen zu sichern. Hierfür sind transparente Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen Voraussetzung. Der VDR steht allen Akteuren der deutschen Wirtschaft und Politik als Netzwerk für Partnerschaften, Erfahrungsaustausch und Mitgestaltung betrieblicher Mobilität aktiv zur Seite.

Die Eckdaten

- ◆ 2008 gab es 8,5 Millionen Geschäftsreisende¹ (2004: 7,4 Millionen).
- ◆ 163,1 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von
- ◆ 46,6 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit
- ◆ 135 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag.

– 2,1%

– 4,3%

– 1,6%

2007:

166,6 Mio. Geschäftsreisen

48,7 Mrd. Euro

137 Euro

Geschäftsreiseausgaben auf Sparflamme

Die Gesamtkosten für Geschäftsreisen in Deutschland sind von 2007 auf 2008 doppelt so stark zurückgegangen (– 4,3%) wie die Anzahl der Geschäftsreisen (– 2,1%). Das „Stückvolumen“ in der beginnenden Rezession (2. Halbjahr 2008) war somit nicht so sehr auf Sparflamme wie die Ausgabefreudigkeit. Dementsprechend sanken die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise, nämlich um 1,6% (Abbildungen 1, 2, 4, 20 und 21, Seiten 5, 6 und 18).

Tradition statt Strategie

Im Bereich betrieblicher Mobilität schlummern immer noch beträchtliche Synergiereserven. Denn Verantwortlichkeiten unterliegen weiterhin eher organisatorischen Traditionen als strategischen Chancen. So führt das Abarbeitungsrevier der Reisekostenabrechnung mit 42% die Hitliste der dem Travel Management zugeordneten Aufgaben an. Wichtige kostengestalterische Wirkungsfelder hingegen werden viel seltener als mobilitätsrelevant gesehen, zum Beispiel Veranstaltungsmanagement (28%), Fuhrparkmanagement (16%), Reiseversicherungen (13%) oder mobile Kommunikation (11%). Hier sollte zusammenwachsen, was zusammen gehört (Abbildung 13, Seite 14).

Nachholbedarf beim kleinen Einmaleins

Wie so oft haben kleine und mittlere Unternehmen den größten Handlungsbedarf beim Erkennen sinnvollen Sparpotenzials. Zwar gehört die Reisekostenabrechnung typischerweise zur Domäne der Geschäftsreiseverantwortlichen (siehe oben), doch wird diese operative Routineaufgabe im überraschenden Ausmaß noch „zu Fuß“ erledigt. Unternehmen mit zehn bis 250 Mitarbeitern verzichten ohne erkennbaren Grund zu dramatischen 85% auf (preiswerte) Software dafür (Abbildung 14, Seite 15).

Führungsetagen reden mit, aber ...

In mittlerweile zwei Drittel der Unternehmen sind Geschäftsreisen zwar „Chefsache“, doch wird ein strategischer Umgang damit nicht immer erkenntlich. Das

„Kompetenzzentrum Travel Management“ hingegen hat in den letzten fünf Jahren insgesamt keinen Bodengewinn verbuchen können. Dabei sind gerade Krisen die richtige Zeit für Spezialisten (Abbildung 11, Seite 12).

Reisebürowechsel keine Option?

Liebgewonnene Geschäftspartner können ein Luxus sein. Dass „das Reisebüro um die Ecke“ der Favorit der deutschen Wirtschaft ist, muss Reiseexperten verblüffen. Ohne die Sachkompetenz bei Einzelreisebüros in Frage zu stellen, vermutet man modernes Know-how, Zugang zu kostensparenden Technologien und wertschöpfende Netzwerke doch eher bei den Travel Management Companies. Eine (erstmalige?) Reisebüroaus-schreibung könnte zu einem ungeahnten Effektivitätsschub führen (Tabelle 4, Seite 11).

Strukturwandel durch virtuelle Meetings

Die intelligente Reisevermeidung gehört zunehmend zum Standardrepertoire des Mobilitätsmanagements. Zwei Drittel der Betriebe nutzen Video-, Web- und/oder Telefonkonferenzen als Alternative zur Geschäftsreise. Auch bei der betrieblichen Sozialverantwortung im Bereich Geschäftsreisen stehen virtuelle Meetings ganz weit oben auf der Prioritätenskala. Keine Frage: die Telekommunikation ist Konkurrent zum Travelling geworden. Und das wird angesichts des Trends zum mobilen Büro auch so bleiben (Abbildungen 17 und 20 Seiten 16 und 18).

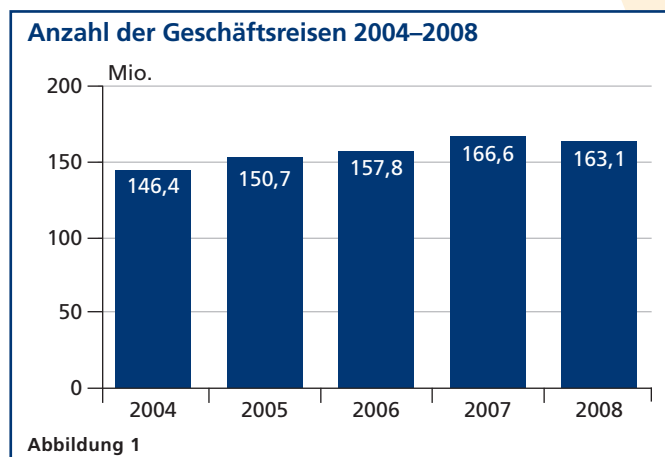
Nachfrage kommt 2009 noch nicht in Fahrt

Fluggesellschaften und Flughäfen werden zumindest kurzfristig die größten Verlierer der Krise sein – hier erwarten 37% der deutschen Wirtschaft eine sinkende Nachfrage für das laufende Jahr. Auch bei Hotels (33%) und Mietwagen (29%) sieht die Prognose nicht viel besser aus. Einbußen verkraften muss ebenso der Schienenverkehr (26%), aber immerhin elf Prozent der Betriebe wollen die Bahn 2009 vermehrt nutzen – was in Einklang mit der betrieblichen Sozialverantwortung steht. (Abbildungen 17 und 21, Seiten 16 und 19).

¹Beschäftigte eines Unternehmens oder einer Organisation des öffentlichen Sektors, die mindestens eine Geschäftsreise beziehungsweise Dienstreise im Jahr unternehmen.

Anzahl

Die Anzahl der Geschäftsreisen von Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern ist von 2007 bis 2008 um 2,1% gesunken. Geschäftsreisetätigkeit ist ein sensibler Indikator der Wirtschaftsentwicklung und macht sich zeitnah bemerkbar. So wie die Zunahme vor dem ökonomischen Aufschwung zu beobachten war, mussten viele Travel Manager bereits vor den Rezessionsmeldungen restriktive Maßnahmen einleiten. Das Bruttoinlandsprodukt nahm im Jahr 2008 noch um 1,7% zu, dank eines kräftigen ersten Quartals. Danach glitt die Volkswirtschaft in eine Rezession ab.² Die Notwendigkeit vieler Geschäftsreisen wurde verstärkt unter die Lupe genommen.

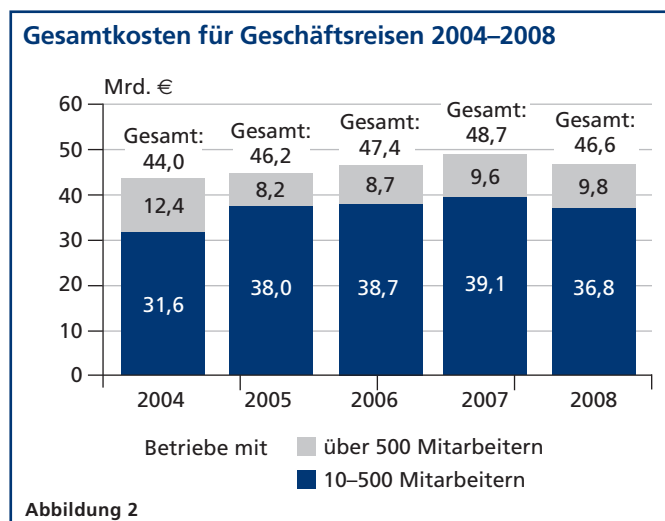


„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2008 in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation durchgeführt?“

Das Marktvolumen wird mehrheitlich von Unternehmen mit bis zu 1500 Mitarbeitern produziert. Weniger Geschäftsreisen in diesen Unternehmen sind maßgeblich für den Abwärtstrend verantwortlich. Firmen mit mehr als 1500 Beschäftigten haben insbesondere im letzten Quartal 2008 Geschäftsreisen und Veranstaltungen gedrosselt. Die Entwicklung ihres Jahresvolumens insgesamt bleibt jedoch positiv aufgrund starker Geschäftsreisetätigkeit in den ersten Quartalen.

Kosten

Die Gesamtkosten für Geschäftsreisen sind um 4,3% auf 46,6 Milliarden Euro gesunken. Wie schon im Vorjahr hat die Mehrheit der Betriebe auf Effizienz geachtet: Die Gesamtausgaben sind stärker gesunken als die Anzahl der Geschäftsreisen. Gesunkene Energiekosten und die geringere Nachfrage helfen, günstigere Preise durchzusetzen. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) nutzen erfolgreich die speziellen Steuerungsangebote am Markt: Sie gaben 6% weniger Geld aus bei 4% weniger Reisen. Nach zweistelligen Zuwächsen bei Beschäftigten, Reisevolumen und -kosten im Vorjahr war die Tendenz in großen Unternehmen ebenfalls rückläufig. Etwa 100.000 mehr Beschäftigte (+4%) ließen die Anzahl der Reisen noch um 8% wachsen, die Ausgaben nur noch um 6%. Die seit Jahren „kritische Größenklasse“ sind Firmen mit 251–500 Mitarbeitern. Obwohl ihr Reisevolumen sank, stiegen die Kosten, wenn auch marginal, um 1%. Der öffentliche Sektor war erneut sparsam unterwegs. Bei 1,7% mehr Dienstreisen wurden die Kosten um 1,7% weiter gesenkt.

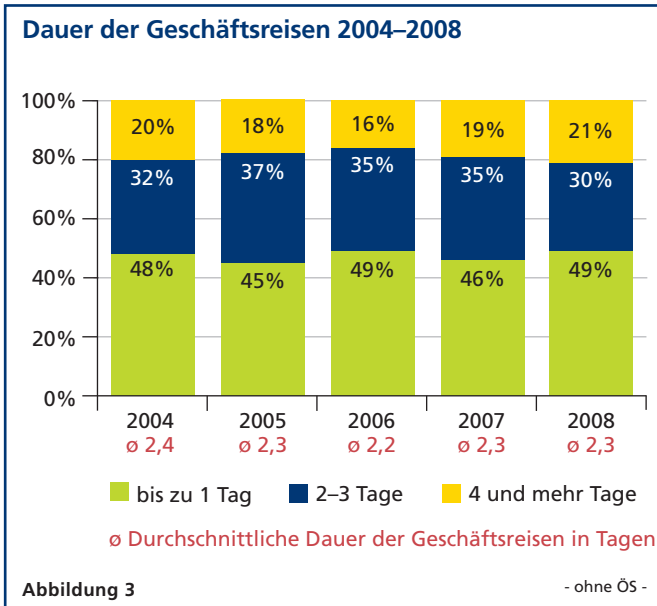


„Wie hoch waren im Jahr 2008 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

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 den VDR-Geschäftsreiseanalysen 2003–2006.

²Vgl. Pressemitteilung des Sachverständigenrats zur Begutachtung der gesamtwirtschaftlichen Entwicklung, Wiesbaden, 12.11.2008.

„Wie lange dauern Geschäftsreisen?“



Dauer

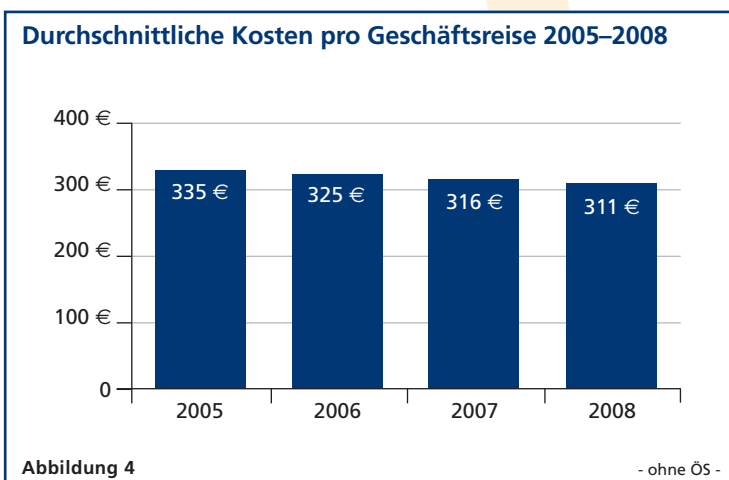
Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsreisen blieb im Jahr 2008 mit 2,3 Tagen stabil. Doch der Anteil von Geschäftsreisen mit einer Dauer von zwei bis drei Tagen nahm um fünf Prozentpunkte ab. An Bedeutung gewannen sowohl Reisen ohne Übernachtung als auch längere Aufenthalte – Vorboten der Rezession. Zum einen werden die Übernachtungskosten bei Tagesreisen eingespart, zum anderen Geschäftsreisen zusammengelegt und Transportkosten damit reduziert. Wie schon im Vorjahr betrug im öffentlichen Sektor der Anteil von Dienstreisen ohne Übernachtung 68%.

STRUKTUR DER GESCHÄFTSREISEKOSTEN

Durchschnittliche Geschäftsreisekosten

Der langjährige Trend zur Kostensenkung wird ebenso bei den durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise deutlich. Sie wurden 2008 um 5 Euro auf 311 Euro pro Reise gedrückt. Travel Manager haben sehr zeitnah zu den Krisenmeldungen reagiert.

„Wie viel kostet eine Geschäftsreise durchschnittlich?“



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

Durchschnittliche Geschäftsreisekosten der Unternehmen 2007–2008

Unternehmen ab	Durchschnittliche Geschäftsreisekosten		Veränderung...		Anteil Travel Manager* in Unternehmen 2008
	2007	2008	der durchschnittlichen Geschäftsreisekosten	des durchschnittlichen Geschäftsreisevolumens	
10 Mitarbeitern	148.000 €	138.500 €	- 6%	- 3%	34%

Tabelle 1

- ohne ÖS -
 *Anteil der Travel Manager aus der Stichprobe -

Die durchschnittlichen Geschäftsreisekosten konnten von 2007 auf 2008 stärker reduziert werden als das durchschnittliche Reisevolumen. Wie in den vergangenen Jahren auch sind die Ergebnisse der Unternehmen mit Travel Managern besser als in Firmen ohne Travel Manager.

Geschäftsreisen und Urlaubsreisen³ im Vergleich: Gesamt- und Tagesausgaben 2002–2008

Kennziffer	Geschäftsreisen	Urlaubsreisen	
Gesamtausgaben pro Jahr	2008	46,6 Mrd. €	53,3 Mrd. €
	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	2008	135 €	67 €
	2007	137 €	65 €
	2006	148 €	66 €
	2005	146 €	67 €
	2004	104 €	63 €
	2003	133 €	62 €
	2002	102 €	61 €

Tabelle 2

Eine gewisse Stabilität ist auch in turbulenten Zeiten normal. Ein Geschäftsreisender gab 2008 mit durchschnittlich 135 Euro pro Tag weiterhin mehr als doppelt so viel wie ein Urlauber aus. Am Urlaubsreisemarkt werden die Auswirkungen der Rezession 2009 sichtbar. Private Reiseentscheidungen hängen von der jeweiligen persönlichen Arbeits- und Finanzsituation ab. Die durchschnittliche Reisedauer blieb 2008 mit 12,5 Tagen unverändert.

Kostenbereiche

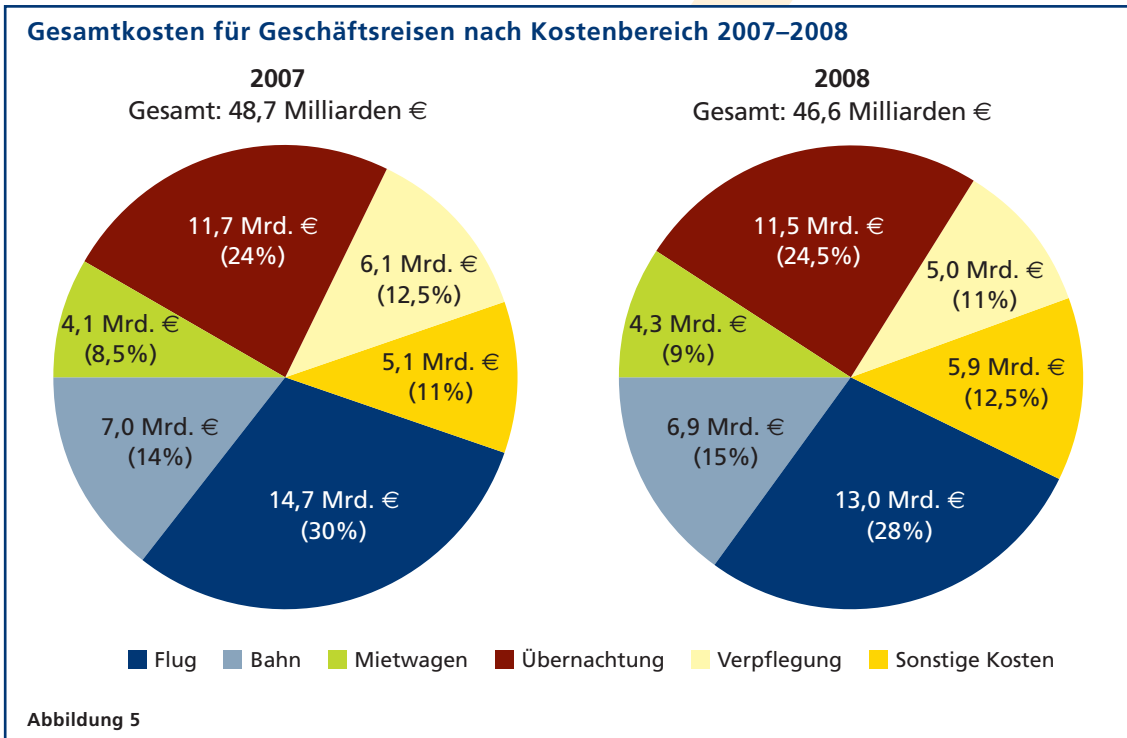
Anteilig weist die Ausgabenstruktur wenig Veränderung auf. Immer noch wird jeder vierte Euro für die Übernachtung ausgegeben. In der Gastronomie hat sich die Situation jedoch schneller verschärft als in anderen Bereichen. Bei internen Meetings und Bewirtung wurde zuerst gespart. Geschäftsreisende gaben für Verpflegung 1,1 Milliarden Euro weniger aus als im Vorjahr.⁴ Während die Ausgaben für Mietwagen noch leicht gestiegen sind, wurde für Flugtickets weniger aufgewendet.⁵ Sowohl Ticket- als auch Übernachtungspreise gerieten insbesondere ab dem zweiten Quartal 2008 unter Druck, und viele Preissteigerungen des Vorjahres mussten zurückgefahren werden. Niedrigere oder zukünftig entfallende Kerosinzuschläge im Flugbereich zeigen erst ab 2009 ihre Wirkung. Vom Nachfragerückgang waren zuerst Hotels in den Finanzzentren betroffen. Reisende wurden zunehmend in günstigere Beförderungs- und Übernachtungskategorien gebucht, was sich in den geringeren Kosten widerspiegelt.

³Eigene Berechnungen, in Anlehnung an F.U.R., Hamburg/Kiel: Reiseanalysen 2003–2009, Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

⁴Der Umsatz in der Gastronomie brach bereits im Sommer gegenüber 2007 um 16 Prozentpunkte ein. Vgl. Saisonumfrage Tourismus des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK): „Erwartungen an die Wintersaison 2008/09 – Bilanz der Sommersaison 2008“.

⁵Vgl. IATA – Ergebnisberichte 2008 und Prognosen für 2009, www.iata.org

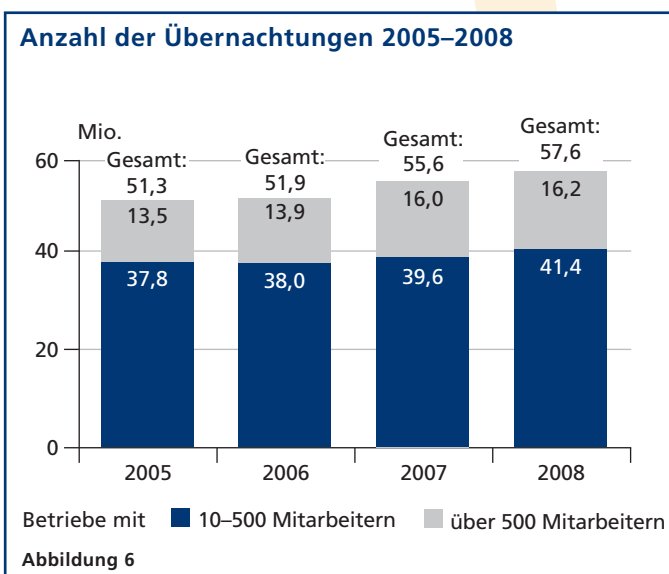
„Wie hoch waren in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation die Beträge für die unterschiedlichen Kostenbereiche?“



4 ÜBERNACHTUNGEN

Entwicklung der Übernachtungen und Umsätze

„Wie hoch war die Anzahl der Übernachtungen⁶ der Mitarbeiter Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen?“

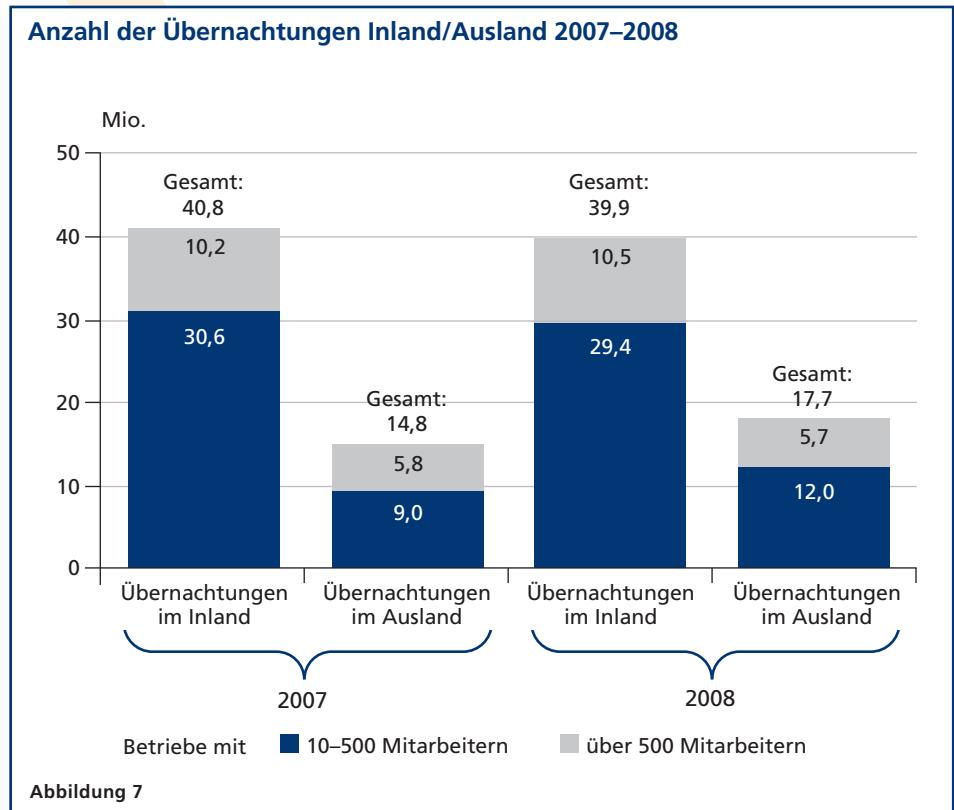


Im Jahr 2008 nahmen die Übernachtungen durch deutsche Betriebe um 3,6% zu. Die Gesamtanzahl wuchs auf 57,6 Millionen, was der 2007er Prognose entspricht. Jede fünfte Firma rechnete mit Zuwächsen, aber nicht mehr so kräftig wie für das Jahr zuvor.⁷ An der Durchschnittsdauer der Geschäftsreisen hat sich zwischen 2007 und 2008 nichts geändert. Insgesamt brachte dies für 2008 noch ein Wachstum an Übernachtungen. Doch wo hat es sich bemerkbar gemacht?

⁶Anzahl Übernachtungen = room nights.

⁷Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2007, Abschnitt 4 „Übernachtungen“.

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



Im Jahr 2008 haben Geschäftsreisende insgesamt 39,9 Millionen Nächte in inländischen Beherbergungsbetrieben verbracht; rund eine Million weniger als im Vorjahr. Zwei von drei Übernachtungen deutscher Betriebe fanden im Inland statt. Die ausländische Hotellerie konnte von den Geschäftsreisen deutscher Betriebe sowohl 2007 als auch 2008 zweistellige Übernachtungszuwächse verbuchen. Im Ergebnis waren es knapp drei Millionen Auslandsübernachtungen mehr als 2007. Diese stammen ausschließlich von Betrieben mit 10–500 Mitarbeitern.

„Welche Umsätze wurden dadurch generiert?“

Umsätze Übernachtungen durch Geschäfts- und Dienstreisende 2006–2008

Umsatz	2006	2007	2008
Inland	8,6 Mrd. €	8,6 Mrd. €	8,0 Mrd. €
Ausland	2,5 Mrd. €	3,1 Mrd. €	3,5 Mrd. €

Tabelle 3

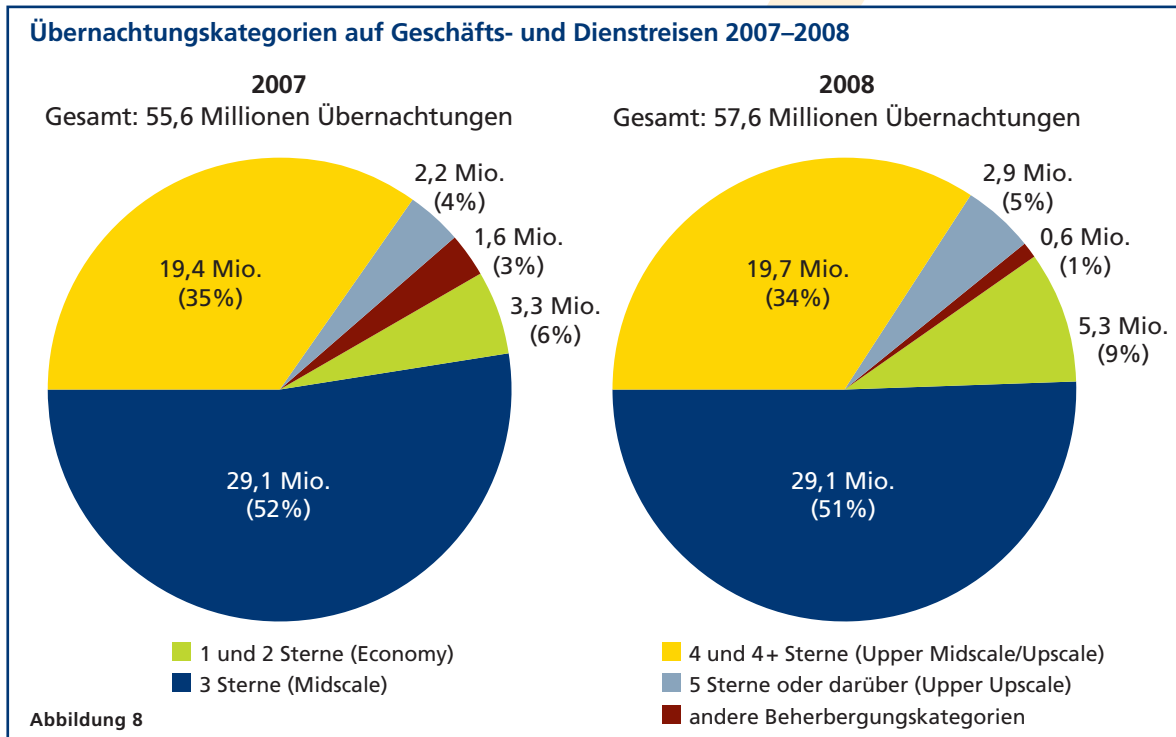
Analog zur Anzahl entwickelten sich die Umsätze: In der ausländischen Hotellerie wurden etwa 3,5 Milliarden Euro ausgegeben – ein Anstieg um 13% zum Vorjahr. Im Inland gingen die Umsätze um 0,6 Milliarden Euro zurück. Das Ergebnis von 8 Milliarden Euro entspricht etwa der Hälfte der Gesamtumsätze im klassischen Beherbergungsgewerbe (Tabelle 3).⁸

Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden, Durchschnittskosten pro Übernachtung fielen im Jahr 2008 um 9 Euro auf 131 Euro (– 6,8%) und damit in etwa auf das Niveau des Jahres 2004 (132 Euro).⁹

⁸Vgl. Hotelverband Deutschland (IHA): Hotelmarkt Deutschland 2009.

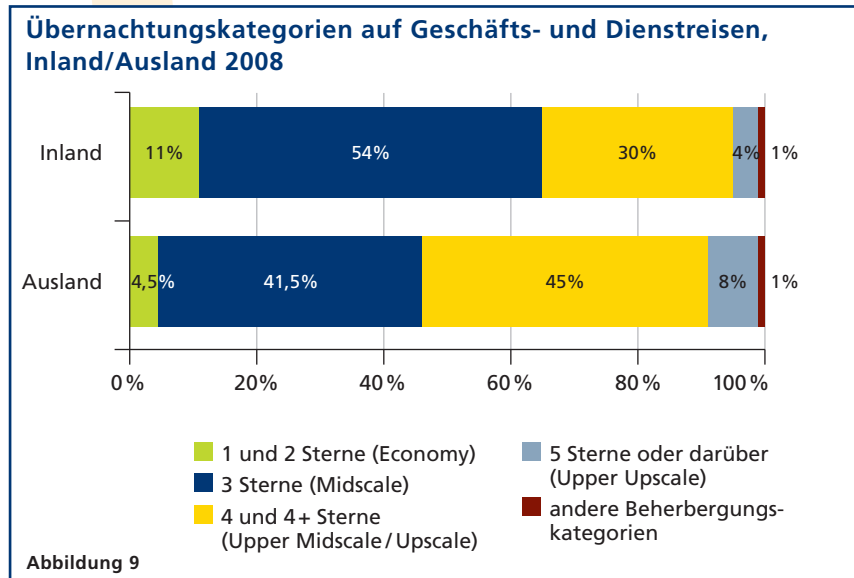
⁹Wenn Angaben sowohl zur Anzahl der Übernachtungen als auch zu den Kosten gemacht werden konnten, fließen diese in die Berechnungsbasis ein. Eine Berechnung auf Basis der Gesamtübernachtungen und -umsätze sowie eine Projektion auf differenzierte durchschnittliche Preise im In- und Ausland ist nicht möglich.

„Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb gebucht?“



Deutsche Geschäftsreisende übernachteten weltweit vor allem in der 3- und 4-Sterne-Hotellerie. Daran hat sich 2008 nichts geändert und alle Unternehmensgrößen verhalten sich hierbei ähnlich. Dass eine besondere Sparwelle dennoch losgetreten wurde, macht sich daran bemerkbar, dass zwei Millionen mehr Übernachtungen in 1- und 2-Sterne-Häusern stattfanden.

Im Inland übernachtete jeder zehnte Geschäfts- oder Dienstreisende in der „Economy“. Offenbar wurde auf Komfort bei Reisen in Deutschland zugunsten der Kostenersparnis verzichtet. Zudem ist das Vertrauen im eigenen Land auch in eine Basisleistung größer. Im Ausland dagegen fand mehr als jede zweite Übernachtung in 4- oder 5-Sterne-Häusern statt.¹⁰ Dies liegt unter Umständen nicht nur an Prestigeerfordernissen, sondern auch an der Präsenz dieser Häuser in Buchungsportalen.



Besonders preissensibel sind die Dienstreiseverantwortlichen im öffentlichen Sektor. 92% der Befragten nannten im Vorjahr den Preis als oberstes Auswahlkriterium.¹¹ Dementsprechend übernachteten Dienstreisende aus den Amtsstuben mehrheitlich in den Kategorien mit bis zu 3 Sternen (72%).

¹⁰ Diese Frage wurde 2009 erstmalig mit der Einteilung Inland/Ausland gestellt.

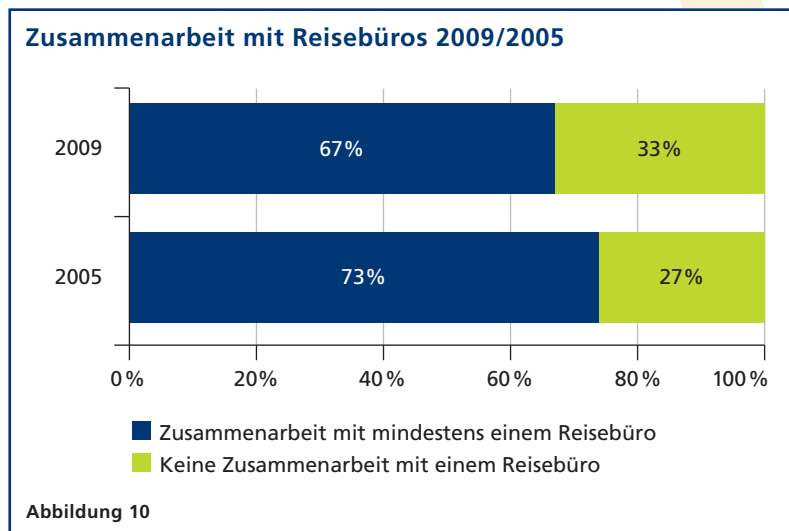
¹¹ Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2008, Abschnitt 4 „Übernachtungen“.

5 WICHTIGSTE ANBIETER

Im vergangenen Jahr wurden die Geschäftsreiseverantwortlichen erstmalig nach ihren wichtigsten Partnern bei Hotels und Airlines (national und international) sowie Mietwagenanbietern im Inland gefragt. Dieses Mal wurde die Frage nach der Zusammenarbeit mit Reisebüros (Travel Management Companies) untersucht – wer sind die Kunden und welche Marken haben die Nase vorn? Ergänzend zur Befragung 2008 sollte genannt werden, bei welchen Mietwagenunternehmen für Geschäftsreisen im Ausland die meisten Buchungen getätigt werden. 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. Bei Reisebüros wurde lediglich nach den Partnern für Geschäftsreisen in und ab Deutschland gefragt.

„Arbeitet Ihr Unternehmen/Ihre Organisation bei der Buchung und Abwicklung von Geschäftsreisen mit einem (Geschäfts-)Reisebüro zusammen?“



Zwei von drei Betrieben arbeiten zusammen mit einem Reisebüro. Die Zusammenarbeit hat sich jedoch in den letzten fünf Jahren insgesamt verringert. Reine Onlineangebote haben Marktanteile gewonnen; Standardleistungen werden zunehmend webbasiert gefunden und gebucht. Mit dem Reisevolumen steigt das Potenzial für Kosteneinsparungen.¹² Während die Hälfte (52%) der kleinen und mittelgroßen Betriebe auf Services von Geschäftsreisebüros verzichtet, greifen 84% der Betriebe mit über 1500 Mitarbeitern darauf zurück.

Wichtigste Geschäftsreisebüros 2009

Rang	Reisebüros/Travel Management Companies
1	Einzelbüros*
2	BCD Travel Germany
3	Lufthansa City Center
4	CWT (Carlson Wagonlit Travel)
5	FCm Travel Solutions
6	DERPART Travel Service
7	First Business Travel
8	HRG (Hogg Robinson Group)
9	American Express Business Travel

Tabelle 4

* einzelne Reisebüros
ohne Marken-, Ketten- oder Konzernzugehörigkeit
- Mehrfachantworten möglich -

Wichtigste Mietwagenfirmen für Geschäftsreisen im Ausland 2008

Rang	Mietwagenfirmen
1	Sixt
2	Europcar
3	Avis
4	Hertz
5	Budget

Tabelle 5

¹²Mehr als jedes zweite Unternehmen mit Reisekosten von über einer Viertelmillion Euro setzte 2008 Online-Buchungssysteme ein, dann oft in Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro. Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2008, Abschnitt „Online-Buchungssysteme“.

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 2009/2004

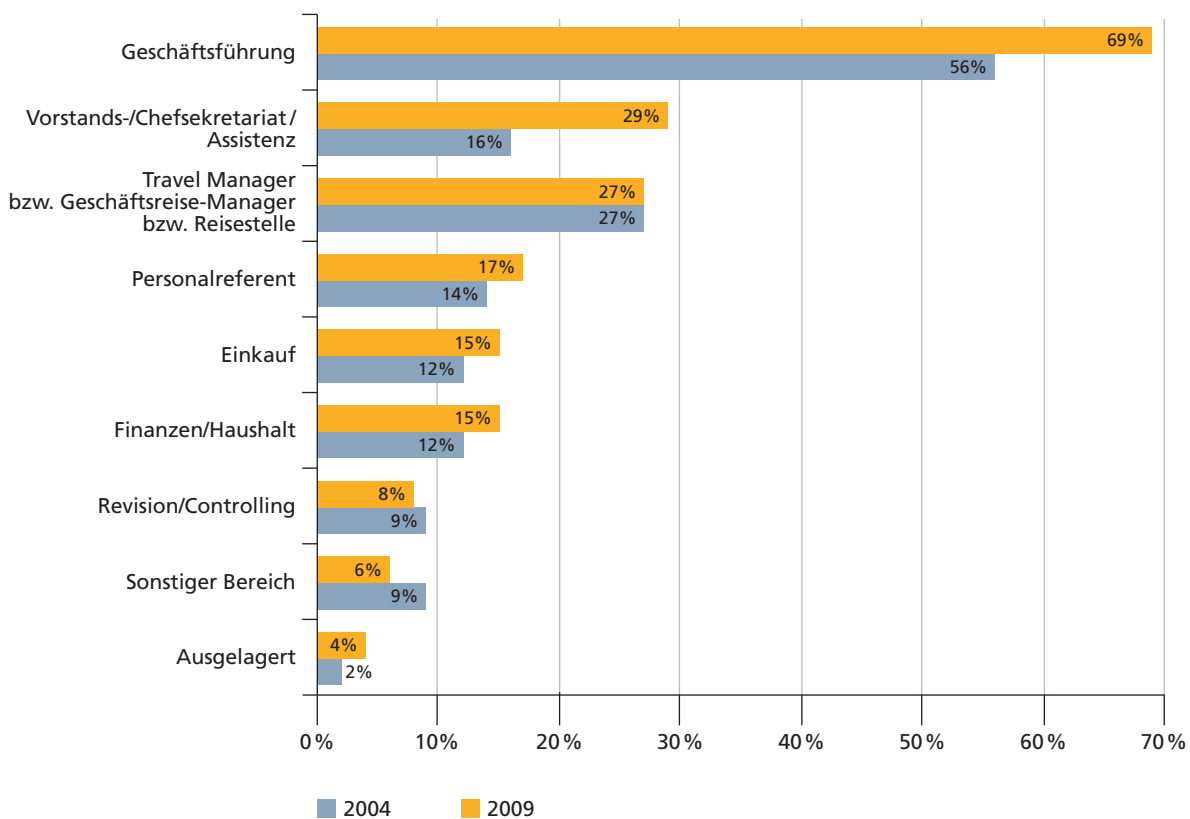


Abbildung 11

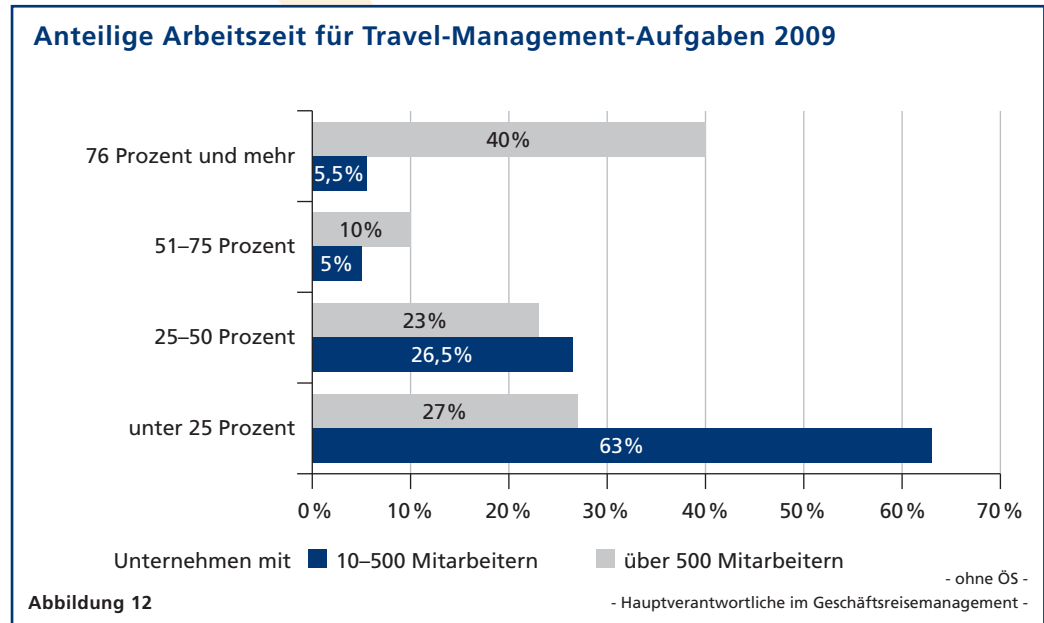
- ohne ÖS -
- Mehrfachantworten möglich -

Der Geschäftsreisebereich hat in den Unternehmen insgesamt erheblich an Bedeutung gewonnen. Im weiteren Sinne befassen sich heute rund 48.000 Personen mit Teilaufgaben der Organisation (2004: 31.200 Personen). In zwei Drittel der Führungsetagen ist das Thema Travel Management angekommen. Heute prüfen sie stärker den Zweck, die Notwendigkeit und auch die Ausgaben

von Geschäftsreisen als vor fünf Jahren. Vor allem im Krisenjahr 2009 nehmen die Vorstände die Einsparpotenziale durch Travel Management wahr, doch wird ein strategischer Umgang damit nicht immer erkenntlich. Das „Kompetenzzentrum Travel Management“ hingegen hat in den letzten fünf Jahren insgesamt keinen Bodengewinn verbuchen können.

Arbeitszeit, weitere Aufgaben

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



Erstmals untersucht wurde diese vertiefende Frage nach der Arbeitszeit. In größeren Firmen gibt es eher einen Travel Manager. Hauptverantwortlichen für Geschäftsreisemanagement in kleinen Unternehmen und im Mittelstand mit bis zu 500 Mitarbeitern bleibt

wesentlich weniger Zeit für reine Travel-Management-Aufgaben. In der Regel widmen sich die Befragten mit höheren Geschäftsreisekosten stärker ihrer Steuerung. Womit müssen sie sich sonst noch beschäftigen?

„Welche weiteren Aufgaben gehören zu Ihrem Tätigkeitsspektrum?“

Je nach Position im Unternehmen übernehmen die Hauptverantwortlichen für Geschäftsreisemanagement weitere Tätigkeiten. An erster Stelle sind Aufgaben rund um die Reisekostenabrechnung zu erledigen. Zwei von fünf Hauptverantwortlichen für Geschäftsreisemanagement sind Chefsekretariate. Ähnlich viele beschäftigen sich mit allgemeiner Verwaltung. Jeder Dritte verantwortet Veranstaltungen (Abbildung 13).

Wer Travel Manager ist, hat ebenfalls an erster Stelle zusätzlich noch mit der Reisekostenabrechnung zu tun. Das Fuhrparkmanagement müssen Travel Manager etwas öfter unter einen Hut bringen als andere.

2008 hat der VDR erstmalig den Zukunftsworkshop „VDR-TrendsPort“ initiiert, um Entwicklungen im Travel Management frühzeitig zu erkennen. Welche Trends kommen auf die Geschäftsreisebranche zu? Welche Chancen und Risiken ergeben sich daraus? Welche Vorbereitungsmaßnahmen können getroffen werden? Die folgende Frage sollte für den zweiten „Think Tank“ helfen zu skizzieren: „**Welche neuen Services, Tools oder auch Arbeitsweisen, Dienstleistungen und Prozesse würden Sie sich in Zukunft für die optimale Ausgestaltung betrieblicher Mobilität wünschen?**“

Weitere Aufgaben der Hauptverantwortlichen für Geschäftsreisemanagement 2009

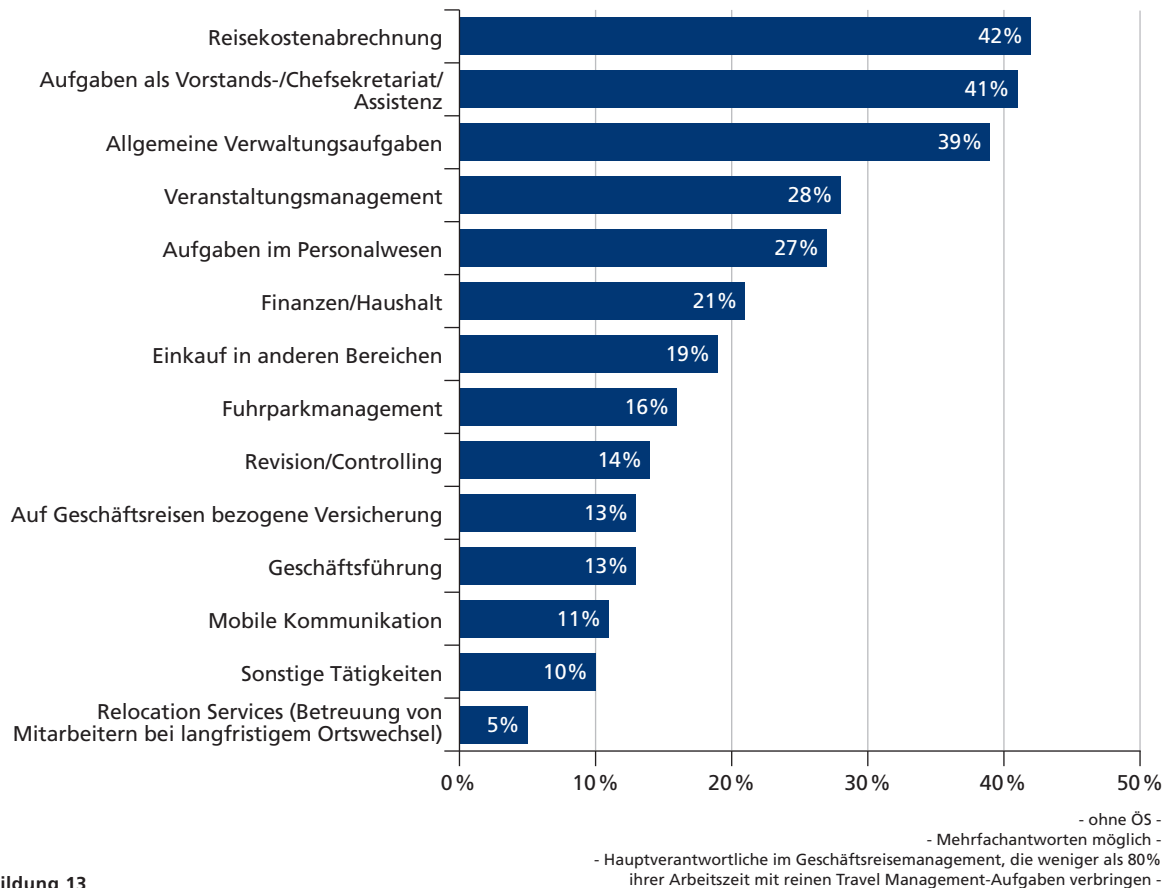


Abbildung 13

Rund 15% der Befragten äußerten konkrete Wünsche. Fast jeder Zweite appelliert an den eigenen Betrieb, bereits am Markt vorhandene Tools einzukaufen oder auch interne Arbeitsweisen so zu gestalten, dass die Arbeit effizienter und einfacher wird: Reiseplanungs- und Buchungstools, Reisekostenabrechnungs-Software, Firmenkreditkarten, Analyse-Werkzeuge beziehungsweise einfacher Zugang zu allen Daten und Statistiken sowie elektronische Prozesse quer durch alle Stufen des Reiseprozesses fehlen diesen Interviewpartnern. Web- und Videokonferenzen stehen ebenfalls auf der Wunschliste.

Der zweite Hauptbereich mit etwa 25% der Wünsche gilt den Partnern am Markt – oder es wird überhaupt erst noch der Richtige gesucht. Ungenügende Servicequalität und Leistungsfähigkeit der angebotenen Portale und Tools werden bemängelt. Höhergradige Integration z. B. der Buchungswege oder eine bessere Rechnungsabwicklung werden gefordert. Für jeden Fünften sind Preise und insbesondere ihre Transparenz, Vergleichbarkeit und Darstellungsneutralität ein wichtiges Thema. Vor allem der Flugbereich verursacht Kopfzerbrechen.

Eine Herausforderung für die Zukunft, die „eierlegende Wollmilchsau“ des Travel Managements, beschreiben einige Interviewpartner: eine Kombination aller Einzelwünsche aus schlanken Prozessen, einfachen, aber optimalen Tools – die anwenderfreundlich und schnell sind – und abgerundet werden von Top-Dienstleistungen zu einem „fairen“ Preis. Am liebsten wäre dem Travel Manager ein maßgeschneidertes Tool, das den gesamten Reiseprozess unterstützt. Ein solches Tool sollte alle Anbieter und relevanten Kriterien von Kosten über Reisezeit bis CO₂ auf Knopfdruck darstellen, einen „Personenlocator“ beinhalten und somit eine lückenlose Übersicht schaffen.

Reisekostenabrechnung

„Verwenden Sie in Ihrem Unternehmen eine spezielle Software für die Abrechnung der Geschäftsreisekosten?“

Je größer das Unternehmen, um so häufiger ist eine spezielle Software für die Reisekostenabrechnung im Einsatz. Fast zwei von drei Firmen mit über 1500 Mitarbeitern zählen zu den Anwendern sowie 36% der Organisationen im öffentlichen Sektor.

Wenn die Anzahl der jährlichen Geschäftsreisen die Tausendergrenze überschreitet, liegt die Verwendungsquote von Spezialsoftware bei etwa 50%. Je mehr Reisen, desto höher steigt die Nutzungsquote. Von den Betrieben, die noch keine spezielle Software verwenden, planen 7% die Einführung. Am stärksten ist diese Tendenz in Unternehmen mit über 1500 Mitarbeitern (23%).

Verwendung von Software für Reisekostenabrechnung 2009

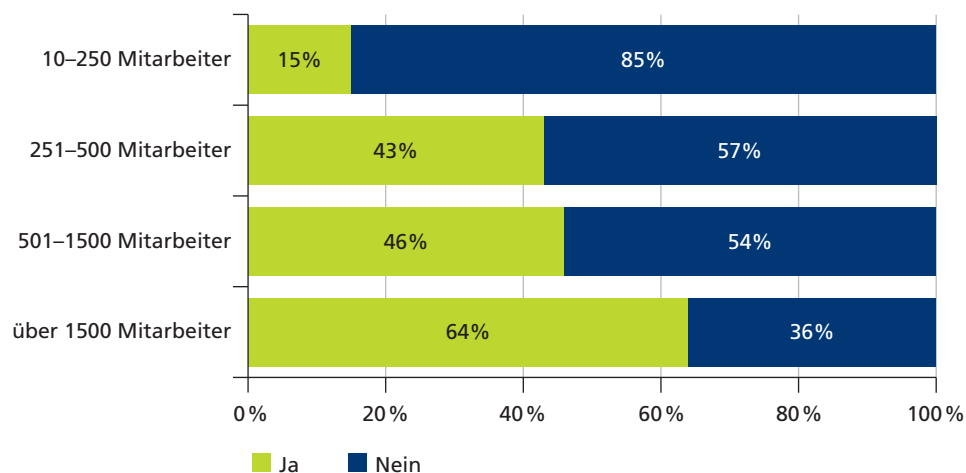


Abbildung 14

- ohne ÖS -

„Durch wen werden die Reisekosten in Ihrem Unternehmen anhand der Software erfasst?“

Am häufigsten werden Geschäftsreisekosten durch die Buchhaltung im System eingegeben. In fast jedem dritten Unternehmen sind die Geschäftsreisenden selbst für die Erfassung zuständig. Sekretariate erledigen dies in etwa jeder fünften Firma. Die Tätigkeit ausgelagert haben lediglich 3% der Unternehmen. Wenn „Andere“ genannt wurde, dann am häufigsten die Personalabteilung.

„In welchem Bereich ist die Reisekostenkontrolle in Ihrem Unternehmen angesiedelt?“

94% der Betriebe kontrollieren die Reisekostenabrechnung¹³ betriebsintern. Am häufigsten ist für die Prüfung das Rechnungswesen zuständig (58%). An zweiter Stelle wird das Personalwesen einbezogen, im öffentlichen Sektor öfter als in Unternehmen (31% vs. 17%). Nur jeder zehnte Travel Manager ist in den Prozess involviert. Bemerkenswert: Fast jede fünfte Geschäftsführung beziehungsweise die vergleichbare Stufe im öffentlichen Sektor belastet sich mit dieser Routineaufgabe (Mehrfachantworten möglich).¹⁴

Zuständigkeit für softwaregestützte Erfassung von Reisekosten 2009

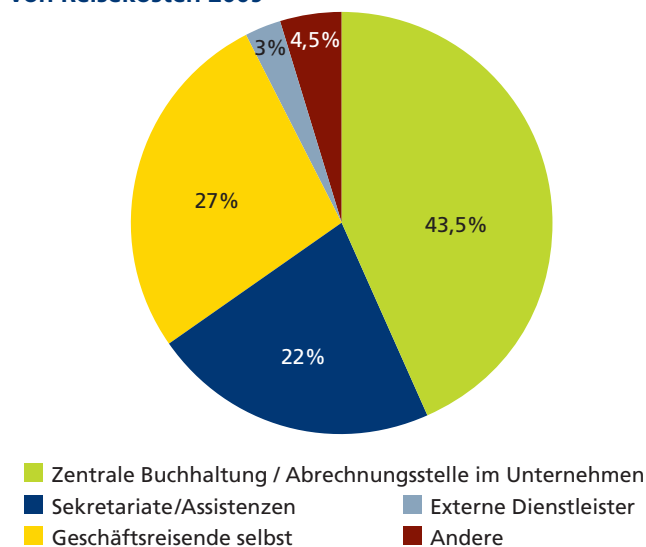


Abbildung 15

- ohne ÖS -
- Unternehmen, die eine Software für die Reisekostenabrechnung verwenden -

¹³Gemeint ist die buchhalterische Kontrolle/Genehmigung, d.h. ob rechtliche Vorschriften z.B. hinsichtlich Steuern in der Abrechnung eingehalten sind und der Rückerstattungsbetrag zur Zahlung angewiesen werden kann.

¹⁴Ob auch die Genehmigung elektronisch abläuft, wurde zuletzt in 2004 untersucht: VDR-Geschäftsreiseanalyse 2004, Abschnitt 4.3 „Genehmigungsverfahren“.

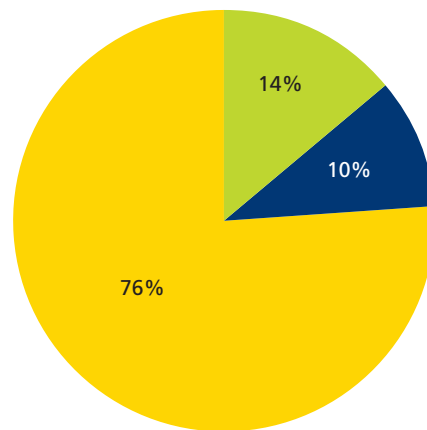
Unter betrieblicher Sozialverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) sind Prinzipien und Konzepte zu verstehen, die privatwirtschaftlichen und öffentlichen Betrieben als Grundlage dienen, auf freiwilliger Basis soziale Aspekte und Umweltbelange in ihre Tätigkeit sowie in die Wechselbeziehungen mit anderen zu integrieren.¹⁵

Drei Viertel der Betriebe in Deutschland verfolgen im Bereich Geschäfts- und Dienstreisen keine Ansätze zur CSR. In absoluten Zahlen: Rund 45.000 Betriebe sind CSR-aktiv im Bereich Geschäftsreisen, in Firmen mit über 1500 Mitarbeitern fast die Hälfte (46%). In 58% der Betriebe, die CSR verfolgen, haben die Ansätze auch Einfluss auf die Aufgaben im Travel Management.

„Verfolgt Ihr Unternehmen/Ihre Organisation im Bereich Geschäftsreisen Ansätze zur betrieblichen Sozialverantwortung? Wenn ja, haben diese Ansätze Einfluss auf Ihren Aufgabenbereich?“

Wer die erste Frage bejaht hat, wurde gebeten, konkret zu sagen, wie diese Ansätze in der Praxis aussehen:

Betriebliche Sozialverantwortung im Bereich Geschäfts- und Dienstreisen 2009



■ Ja, und sie haben auch Einfluss auf meinen Aufgabenbereich
 ■ Ja, sie haben jedoch keinen Einfluss auf meinen Aufgabenbereich
 ■ Nein

Abbildung 16

„Welche Ansätze zur CSR verfolgt Ihr Unternehmen/Ihre Organisation im Bereich Geschäftsreisen?“

Ansätze zur CSR im Bereich Geschäfts- und Dienstreisen 2009

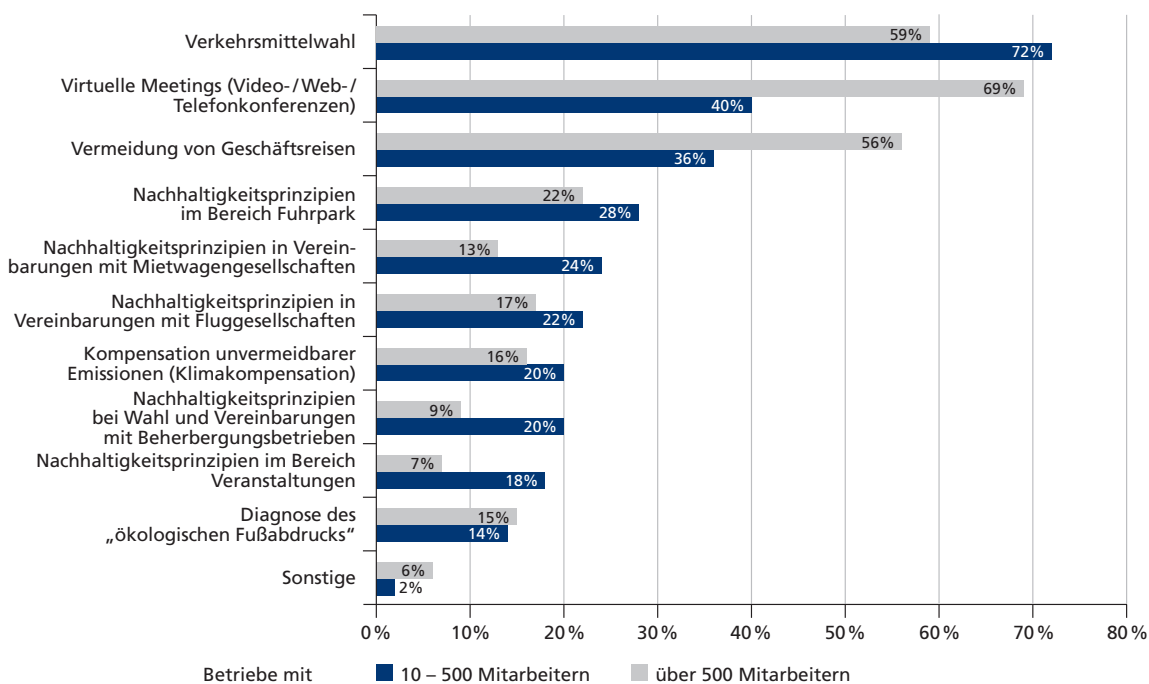


Abbildung 17

- Mehrfachantworten möglich -
 - Betriebe, die im Bereich Geschäftsreisen Ansätze zur CSR verfolgen -

¹⁵Vgl. Kommission der europäischen Gemeinschaften: Grünbuch – Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen (2001).

Insbesondere Anbieter von Transportdienstleistungen dürften die Auswirkungen von CSR im Wettbewerb spüren. Die Verkehrsmittelwahl wird zunächst in zwei Drittel der Betriebe direkt beeinflusst, aber es geht noch tiefer: Wenn die Wahl des richtigen Partners oder der Leistungen im Transportbereich ansteht, sind Nachhaltigkeitsprinzipien für etwa jeden vierten Betrieb ein Thema.

In größeren Unternehmen werden Geschäftsreisen öfter vermieden und durch virtuelle Meetings substituiert als im Mittelstand. Jeder fünfte Betrieb mit mehr als 500 Mitarbeitern nimmt Teil an Programmen für Klimakompensation.

Zu den Nutznießern gehören Anbieter von Produkten und Dienstleistungen rund um virtuelle Meetings: Zwei von drei Betrieben mit mehr als 500 Mitarbeitern haben sie als Alternative eingeführt, wobei ihre Verbreitung in der Privatwirtschaft deutlich größer ist (66%) als im öffentlichen Sektor (38%).

„Haben diese Ansätze Auswirkungen auf Ausschreibungen/Angebotsanfragen oder die konkrete Entscheidungsfindung?“

In 42% der Betriebe, die CSR-Ansätze verfolgen, sind diese auch wirksam bei Ausschreibungen und haben konkreten Einfluss auf Entscheidungen im Geschäftsreisebereich. In Firmen mit 500–1500 Mitarbeitern noch etwas öfter (53%).

7 AUSWIRKUNGEN DER FINANZKRISE UND AUSBLICK

„Hat die Schwächung des wirtschaftlichen Umfeldes seit 2008 Folgen für das Management von Geschäftsreisen in Ihrem Unternehmen gehabt?“

Die Finanzkrise, die sich im Laufe 2008 immer deutlicher zu einer globalen Rezession entwickelt hat, zeigt bis zum Befragungszeitraum (März–April 2009) in rund 86.000 Unternehmen in Deutschland Auswirkungen auf das Travel Management.

In zwei von drei KMU hat die Finanzkrise bislang wenig Folgen im Geschäftsreisebereich. Je größer das Unternehmen, um so deutlicher die Folgen und umfangreicher die Maßnahmenbündel. Im öffentlichen Sektor sind nur 11% der Organisationen betroffen, was sich zum Teil durch die Tätigkeiten und Reismuster (mehr Inlandsreisen, weniger Übernachtungen) erklärt.

Folgen der Finanzkrise für das Geschäftsreisemanagement*

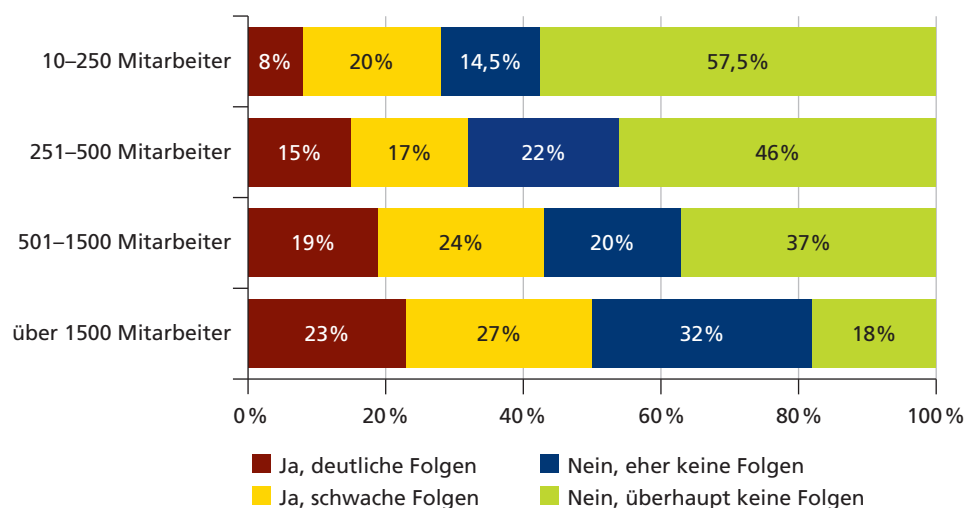


Abbildung 18

- ohne ÖS -
* Befragungszeitraum März–April 2009

Weitaus dramatischer stellt sich die Situation in den geschäftsreiseintensiven Betrieben dar, zum Beispiel bei den VDR-Mitgliedern. Einer Umfrage zufolge waren bis Mitte Februar 2009 über 80% von den Auswirkungen der Krise betroffen.¹⁶

In der Öffentlichkeitswahrnehmung hat die Finanzkrise im vierten Quartal 2008 begonnen Deutschland zu erfassen. Doch bereits im dritten Quartal hatten 19% der betroffenen Betriebe steuernde Maßnahmen eingeleitet. Diese bisher nicht bekannte Erkenntnis unterstützt die These, dass Geschäftsreisen ein Frühindikator der Gesamtwirtschaft sind.

„Wenn ja, seit wann werden Maßnahmen im Bereich des Geschäftsreisemanagements ergriffen?“

Finanzkrise: Seit wann gibt es Maßnahmen im Geschäfts- und Dienstreisemanagement 2008–2009

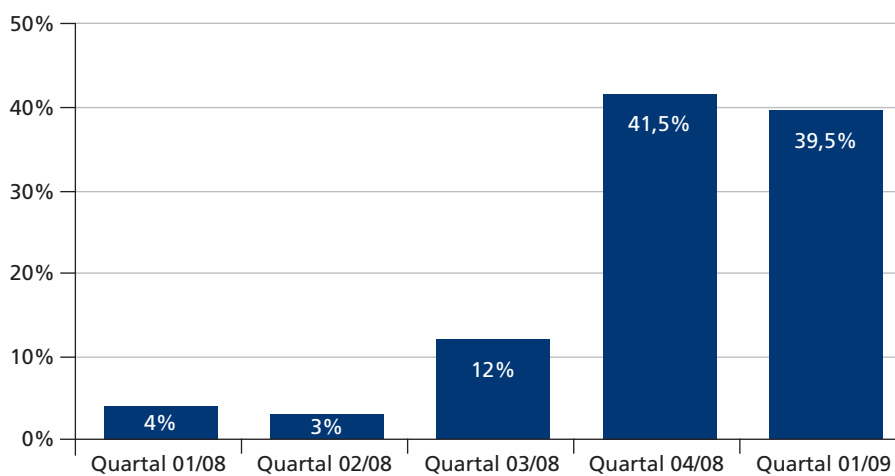


Abbildung 19

- Betriebe, in denen die Finanzkrise Folgen für das Geschäftsreisemanagement hat und die einen Zeitpunkt nennen, ab dem Maßnahmen ergriffen wurden -

„Welche Maßnahmen sind für Ihr Unternehmen die wichtigsten?“

Wichtigste Maßnahmen, die im Bereich Geschäftsreise seit 2008 ergriffen werden

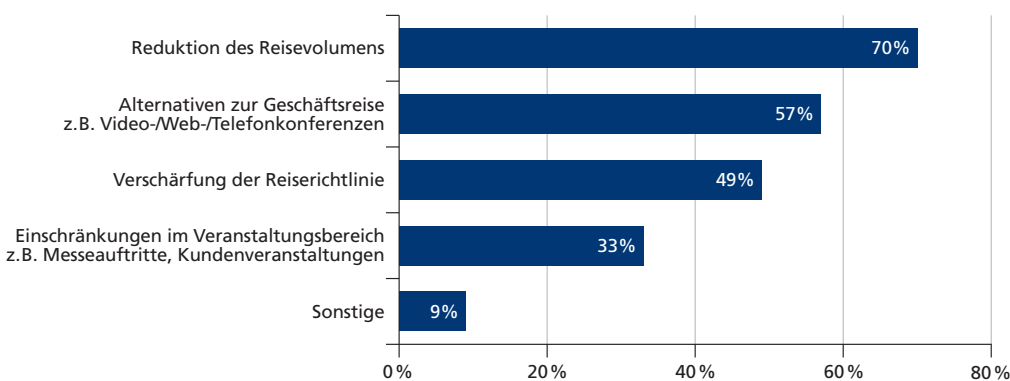


Abbildung 20

- ohne ÖS -
- Mehrfachantworten möglich -
- Unternehmen, die Maßnahmen im Geschäftsreisemanagement ergreifen -

Zwei von drei Unternehmen, die infolge der wirtschaftlichen Entwicklung restriktive Maßnahmen für den Geschäftsreisebereich eingeführt haben, reduzieren das Reisevolumen. Zu den Gewinnern in der Krise zählen Anbieter von Lösungen zur intelligenten Optimierung der Geschäftsreisetätigkeit oder ihrer Reduktion. Jede dritte Firma reagiert mit Einschränkungen im Veranstaltungsbereich.

¹⁶Vgl. Prof. Dr. Ernst-Otto Thiesing, Bereich Tourismusmanagement der Karl-Scharfenberg-Fakultät Salzgitter an der Fachhochschule Braunschweig-Wolfenbüttel, Befragung unter im VDR organisierten Travel Managern, Februar 2009.

Entwicklung des Geschäftsreisevolumens – Erwartungen für 2009 und Folgeszenarien

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

Rund ein Drittel der Unternehmen wird weniger reisen. Etwa die Hälfte der Firmen plant für 2009 gleich viele Geschäftsreisen wie 2008. Mit steigenden Volumina rechnet noch etwa jeder zehnte Befragte. Die Wirtschaftskrise und der damit verbundene Beschäftigungsabbau bedeuten somit rückläufiges Reiseaufkommen bei allen Verkehrsträgern. Eine Verlagerung auf die Schiene wird sichtbar, doch nicht nur aus Kostengründen.¹⁷

Während 2008 noch

jede dritte Firma plante, 2009 öfter zu fliegen, sind dies jetzt nur noch 9%. Dienstreisen des öffentlichen Sektors sind nicht so deutlich betroffen; mit gleich bleibenden Reisevolumina rechnen etwa zwei von drei Befragten.

Mit den ersten Anzeichen für einen wirtschaftlichen Aufschwung wird es wieder mehr Geschäftsreisen geben. Die positive Entwicklung am Arbeitsmarkt von 2004 bis 2008 spiegelt sich in der Anzahl Geschäftsreisender wider (2008: 8,5 Millionen) – ein Anstieg um 14,8% in vier Jahren. Das hat insbesondere in Hotellerie und Gastronomie, bei Verkehrsträgern, auf Flughäfen und in Reisebüros Arbeitsplätze gesichert. War 2008 ein Jahr ambivalenter Entwicklungen, werden viele Branchen im Jahr 2009 deutlich Federn lassen. Beratungsdienstleistungen und der Einsatz spezifischer Tools für die Planung, Buchung und Kontrolle von Geschäftsreiseströmen oder auch Alternativen zur Geschäftsreise dürften zu den wenigen Gewinnern 2009 gehören. Zukünftiges Wachstum kann hauptsächlich von KMU erwartet werden, denn dort werden Geschäftsreisen seltener substituiert.¹⁸ Bereits heute sind 5,5 Millionen Reisende diesem Rückgrat der deutschen Wirtschaft zuzurechnen.

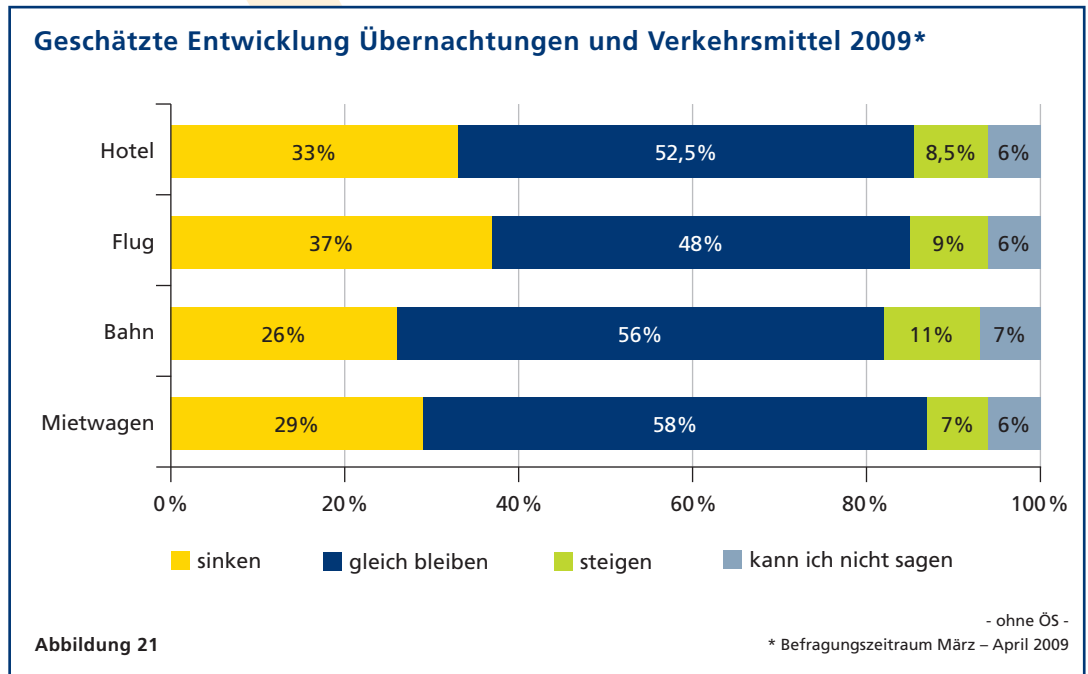
Wann die Konjunktur wieder anspringt, erscheint ungewiss. Wahrscheinlich ist allerdings, dass eine erstarkende Nachfrage nicht in allen Bereichen des Geschäftsreisesektors eine zum wirtschaftlichen Aufschwung proportionale und synchrone Wiedererlangung vorheriger Geschäftsausprägung erwirken kann und wird. Zu rechnen ist vielmehr mit teilweisen Marktverwerfungen, dem einzelnen Verlust von Markt- und Verhandlungspositionen (sowohl auf Anbieter- als auch auf Kundenseite) sowie Strukturanpassungen. Travel Manager, die Wissen aktualisieren und transferieren sowie Verhandlungsstärke bündeln, können hier rechtzeitig entgegensteuern.

Beispiele und Szenarien:

- ◆ Unternehmen, deren Ticket-Nachfrage im Flugbereich drastisch zurückgegangen ist, müssen mit geringeren oder gestrichenen Umsatzboni rechnen. Vielflieger werden im Status zurückgestuft und benötigen eine Anlaufzeit zur Rückerlangung ihrer Privilegien (Loungennutzung, bevorzugte Abfertigung und so weiter).
- ◆ Unternehmen, die in Hotels auf angestammte Kontingente zu Großveranstaltungen (etwa Buchmesse) verzichten, kommen möglicherweise in „Warteschlangen“ und müssen sich neu orientieren, da die Kapazitäten mittlerweile durch andere Nachfrager geblockt sind.

¹⁷ Vgl. Abbildung 17 zu Ansätzen der betrieblichen Sozialverantwortung.

¹⁸ Vgl. ebd.



- ◆ Die Abwrackprämie hat drastische Auswirkungen auf den Restwert von Gebrauchtwagen, was das Vermiet- und Leasinggeschäft in Schieflage gebracht hat. Einzelne Marktteilnehmer sind bereits insolvent, andere krepeln ihr Angebot um. Modellpolitik und Konditionen werden neu definiert; CSR-Ansätze der Mobilitätsmanager beeinflussen diese zunehmend.
- ◆ Auf Service konzentrierte Leistungsträger wie Travel Management Companies oder Agenturen werden die Phase der Kurzarbeit noch mehr als bisher dazu nutzen, sich schlank aufzustellen. Personal wird in Zukunft noch produktivitätsorientierter als bisher eingesetzt werden. Das fördert den allgemeinen Trend zur Minimierung der Angebotsbreite und -tiefe bei Basisprodukten. Um diesen auszubalancieren, wächst die Bedeutung von Kundenbeziehungsmanagement stark an.
- ◆ In Zeiten der Reiserestriktion werden die vielfältigen Möglichkeiten der modernen Telekommunikation vermehrt genutzt. Ihre hohe Qualität, ein weiterer Innovationsschub, der niedrige Preis von Hardware und Netznutzung, die Affinität der jungen Generation und ein Gewöhnungseffekt werden dazu führen, dass ein Teil der realen Reisen dauerhaft durch virtuelle Alternativen ersetzt wird („intelligente Reisevermeidung“). Dies gilt umso mehr wie CSR obligatorisch wird und physische Gefahren zunehmen (bei einer Web Conference gibt es keine Terror- oder Infektionsgefahren) und könnte sogar mit dem an Kontur gewinnenden Argument der „Fürsorgepflicht“ verstärkt werden.¹⁹
- ◆ Luftfahrtunternehmen riskieren ihren Anspruch auf Zeitnischen an Flughäfen, wenn sie – wie zurzeit – ihre Slots nicht zu mindestens 80% nutzen. Für die Sommerflugplanperiode 2009 hat das Europäische Parlament eine Verordnung verabschiedet, die den Grundsatz „Verfall bei Nichtnutzung“ vorübergehend aussetzt. Wie es allerdings mit den „angestammten Rechten“ weitergeht, ist offen. Somit ist nicht ausgeschlossen, dass die Flaute neuen Wettbewerbern historische Chancen eröffnet und zu Angebotsverschiebungen insbesondere bei Sekundärflughäfen führt.
- ◆ Weite und lange Geschäftsreisen werden zunehmend kritisch gesehen. Die Nachfrage nach regionalen Dienstleistungen und Produkten wird deutlich ansteigen.

DAS FORSCHUNGSTEAM DER VDR-GESCHÄFTSREISEANALYSE 2009

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. United Research AG übernimmt die Feldarbeit sowie wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung, die von der Firma 3wPhone durchgeführt wird. Seit 2003 arbeitet das VDR-Team zusammen mit der Projektleiterin Kirsi Hyvärinen im Rahmen der fachlichen Analyse, Berichterstattung sowie organisatorischen Betreuung des Studienprojektes.

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.

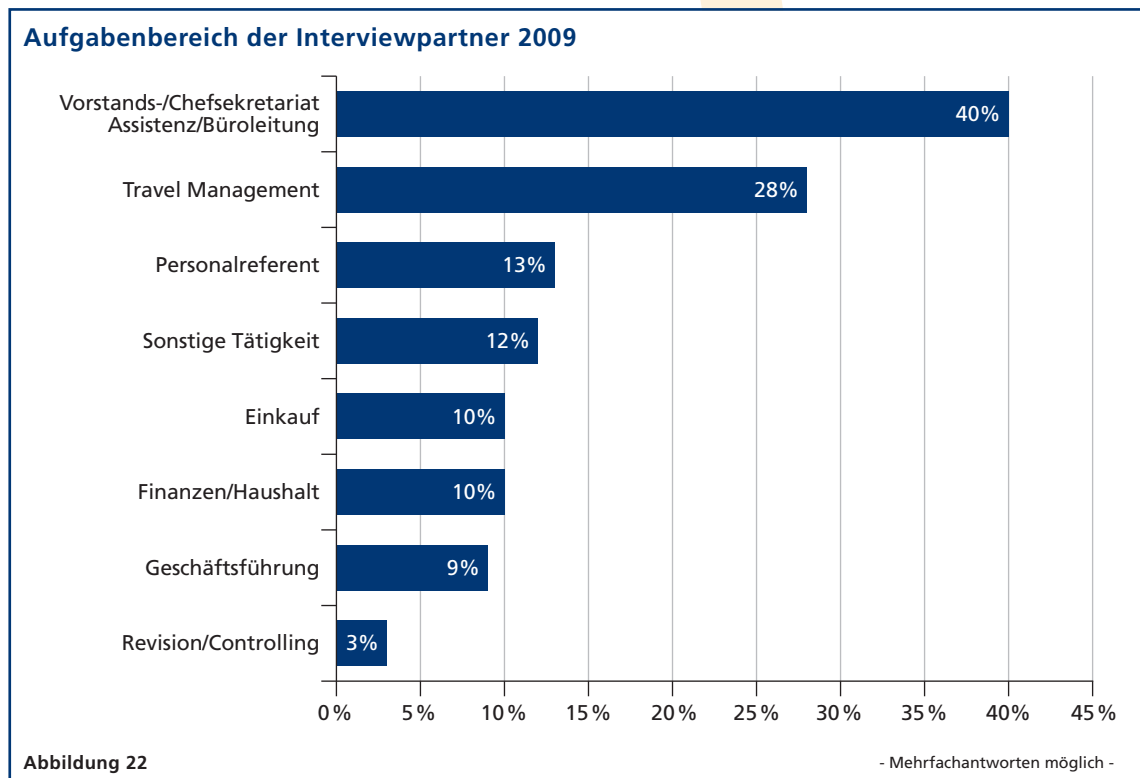
¹⁹Vgl. rechtliche Maßnahmen der Gesetzgeber, auf die sich Betriebe einstellen müssen (Fürsorgepflicht der Arbeitgeber: BGB § 618; Art. 328 OR (Obligationsrecht) – Schweiz; Corporate Manslaughter and Corporate Homicide Act – UK).

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 2009 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 2008. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 6, Seite 22).

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

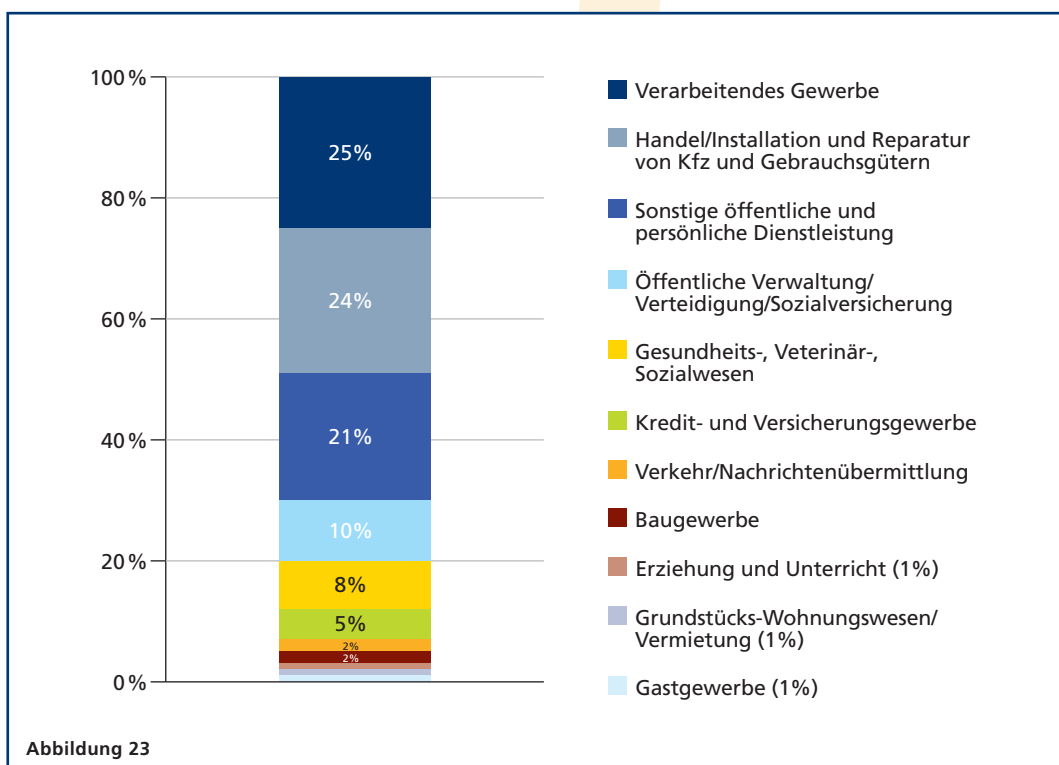
	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit Beschäftigten)									
	10–250		251–500		501–1500		über 1500		Gesamt	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
Summe	382.481	13.680.947	8.139	2.803.224	3.977	3.117.104	1.066	3.035.098	395.663	22.636.737

Tabelle 6

- Stand: 30.06.2008, vorläufig -
- ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten -

Quelle: Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg, 2009.

Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2009



IMPRESSUM

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007–2009) sowie deutschsprachige 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 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 2009 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

VDR – Der GeschäftsreiseVerband
Verband Deutsches Reisemanagement e.V.
Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt/Main
Tel. 069 69 52 29 0
Fax 069 69 52 29 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Copyright ©
Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) 2009
All rights reserved.
Originalausgabe 2009

Druck

Gathof Druck GmbH
Anzengruberstraße 12
63073 Offenbach/Main-Bieber
Tel. 069 89 14 39
Fax 069 89 10 71
Gathof_Druck@arcor.de



VERBAND DEUTSCHES REISEMANAGEMENT e.V.

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt/Main
Tel. 069 69 52 29 0
Fax 069 69 52 29 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Mit freundlicher Unterstützung von:



AVIS



10.-14. März 2010

