

VDR

Verband Deutsches
Reisemanagement e.V.



VDR-Geschäftsreiseanalyse 2017

15. Ausgabe



Concur macht Sie zum Superhelden!

Mit Concur Risk Messaging haben Sie alle Reisepläne im Blick und Sie können Ihre Geschäftsreisenden immer erreichen und unterstützen – egal wo sie sich gerade befinden.

Travel. Expense. Intelligence.



Inhalt

Wirtschaft und Welt im Wandel.....	4	6 Zusammenarbeit mit Reisebüros/TMCs.....	18
1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick.....	5	Vergütungsmodelle.....	18
2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen.....	8	Qualitätskriterien.....	18
Anzahl.....	8	Buchungs- und Abrechnungstools.....	19
Kosten.....	8	7 Wertewandel im Business & Travel.....	20
Geschäftsreisende.....	9	Nutzen des Travel Managements.....	20
Dauer.....	9	Individualisierung von Reiserichtlinien.....	21
Reiseziel Inland/Ausland.....	10	Kombination von Reiseanlässen – „Bleisure“.....	22
3 Struktur der Geschäftsreisekosten.....	10	8 Nachhaltigkeit, betriebliche Sozialverantwortung.....	23
Durchschnittskosten.....	10	Durchdringungsgrad.....	23
Kostenbereiche.....	11	Nachhaltigkeitsstrategien.....	24
Nutzung von Fernbussen.....	11	9 Sicherheit und Datenschutz.....	25
4 Übernachtungen.....	13	Sensibilisierungsgrad.....	25
Gesamtentwicklung.....	13	Maßnahmen.....	25
Übernachungskategorien.....	13	Traveller Tracking.....	26
Sharing Economy im Übernachtungsbereich.....	14	10 Ausblick 2018.....	28
Buchungskanäle der Zukunft.....	15	Entwicklung des Geschäftsreisevolumens.....	28
5 Flug.....	16	Methodik und Impressum.....	29
Flugstrecken: Inland, Ausland, Interkontinental.....	16	Methodik.....	29
Auswahlkriterien.....	16	Das Forschungsteam.....	30
Serviceaspekte auf Interkontinentalflügen.....	17	Impressum.....	30
Meinungsbild: Nutzung von Buchungsdaten.....	17		

Wirtschaft und Welt im Wandel

Dass nichts so beständig ist, wie die Veränderung, stellte schon Heraklit von Ephesos fest. Heute spüren wir den Wandel in vielen Bereichen – wie der politischen Weltlage, den Anpassungen der Arbeitswelt durch Digitalisierung oder bei Fragen der generellen Gestaltung von Arbeit und Freizeit.

Die wirtschaftliche Entwicklung und Erwartungen für die Zukunft lassen sich anhand der Mobilität deutscher Unternehmen interpretieren. Wenn Reisehindernisse und Handelszölle entstehen, kann Business bald nicht mehr „as usual“ funktionieren. Geschäftsreisen werden zunehmend aufwendiger, was negative Konsequenzen für die geschäftliche Mobilität und die Wirtschaft insgesamt haben kann. Wie facettenreich und vielfältig wirksam Geschäftsreisen sind, merkt der Manager zwischen Mensch und Mobilität in der täglichen Arbeit. Daher sollen die repräsentativen Angaben der Geschäftsreiseverantwortlichen die Unternehmen und Politik unterstützen, verantwortungsvolle und zukunftsweisende Entscheidungen zu treffen.

Wurde das kollektive Bewusstsein für das Thema Sicherheit spätestens seit 2015 neu geordnet, sind heute koordinierende Lösungsansätze im Vordergrund und das Ausbalancieren von „Safety and Security“ mit Bedürfnissen nach (Reise-)Freiheit, Datenschutz, Individualität und Flexibilität. Hier fallen innovative Ideen auf fruchtbaren Boden.

Der VDR ist Deutschlands größtes Netzwerk für modernes Mobilitätsmanagement und vertritt 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 Navigationshilfen durch sich verändernde Zeiten.

Wir freuen uns mit Ihnen auf die 15. VDR-Geschäftsreiseanalyse mit aktuellen Zahlen, Fakten und Trends rund um das Thema Mobilitätsmanagement.



1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

Die Eckdaten 2016:

2016 gab es 11,3 Millionen Geschäftsreisende ¹	+ 2,3%
183,4 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von	+ 0,4%
51,6 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit	+ 1,5%
155 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag.	+ 1,6%

2015:

11 Mio. Geschäftsreisende
182,7 Mio. Geschäftsreisen
50,9 Mrd. Euro
153 Euro

Handbremse hier, Gaspedal dort

Divergierende Prognosen aus dem Vorjahr wurden frühzeitig erfüllt: Einerseits stagnierte 2016 die Geschäftsreisetätigkeit kleinerer Betriebe, 90% der KMU²-Reisen blieben im eigenen Land, und sie waren zu 63% Tagestrips ohne Übernachtung. Größere Betriebe gaben dagegen weiter Gas: Die Reisekosten stiegen etwas stärker als das Reisevolumen, bedingt u.a. durch längere Reisen mit mehr Übernachtungen. Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise haben sich binnen fünf Jahren von 308 auf 310 Euro nur marginal erhöht. (Abbildungen 1, 2, 4 und 5, Seiten 8 ff., Tabelle 1, Seite 10)

Immer mehr Geschäftsreisende ...

Die persönliche Begegnung bleibt auch in Zeiten virtueller Meetings wertvoll. Ein neuer Rekord erfolgte 2016 dank starker Beschäftigungslage und mehr mobiler Arbeitnehmer: Aus deutschen Betrieben waren 11,3 Millionen Geschäftsreisende unterwegs. Im Jahr 2010 ging nur etwa jeder vierte Beschäftigte dienstlich auf Reisen. Heute ist es in den größeren Unternehmen fast die Hälfte der Belegschaft. (Abbildung 3, Seite 9)

... immer weniger Business-Travel-Reisebüros?

58% der kleineren Unternehmen beauftragen keine Reisebüros. Bei den größeren Firmen mit über 500 Mitarbeitern ist die Nutzung von Reisebüros/Travel Management Companies (TMC) in zehn Jahren stark gesunken. Während in 2008 14% keine Reisebüro-Services in Anspruch genommen haben, sind es heute 44%. Für den, der mit einem Reisebüro zusammenarbeitet, bleibt der „Human to Human“-Faktor sehr wichtig. Trotz automatisierter Unterstützung, Online-Innovationen und mobiler Optionen schätzt man den persönlichen Kontakt mit kompetenten Ansprechpartnern und den individuellen Ser-

vice. Auf der Prioritätenliste nach wie vor weit oben stehen nachgewiesene Kosteneinsparungen durch die Zusammenarbeit mit dem Reisebüro. (Abbildungen 17 und 18, Seite 18)

Flugreisen zu guten Preisen – für die Arbeit und die Kür

Für Geschäftsreisende hat es Priorität, an Bord sowohl arbeiten als auch entspannen zu können. Daher sind Laptop-Verbote der falsche Ansatz, um mehr Sicherheit an Bord zu gewährleisten. Der Preis bleibt für 95% der Unternehmen, die Interkontinental-Tickets buchen, das wesentliche Kriterium bei der Airline-Auswahl – dicht gefolgt von der Gesamtflugdauer.

(Abbildungen 14 und 15, Seiten 16 f.)

Fernbusse akzeptiert

Ein Viertel der Unternehmen nutzt mittlerweile den Fernbus als Transportmittel für Geschäftsreisen. Die Stagnation am Fernbusmarkt ist somit nicht von Geschäftsreisenden verursacht – vielmehr haben die Konsolidierung auf der Anbieterseite, damit gestiegene Preise sowie konkurrierende Angebote von anderen Verkehrsträgern das Wachstum der Fernbusbranche gebremst.³ Und: Dienstreisende aus dem öffentlichen Sektor steigen mit 12% noch selten in den Bus.

(Abbildung 7, Seite 11)

Übernachtungen: Gerne 3 Sterne – Bedenken bei Sharing Economy

Mit einem Anstieg von 37% der Übernachtungen im Jahr 2010 auf 46% im Jahr 2016 gewinnt die Mittelklasse mit 3 Sternen auch im Ausland immer mehr neue Kunden. Damit zeigt sich eine ähnliche Entwicklung wie im Inland. Halbiert haben sich im Ausland hingegen Buchungen in Upper-Upscale-Häusern. Sharing-Economy-Angebote im Übernach-

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

² Kleine und mittlere Unternehmen, mit 10–250 Mitarbeitern.

³ Vgl. <https://omnibus.news/geringes-wachstum>

tungsbereich werden von Geschäftsreiseverantwortlichen noch mehrheitlich abgelehnt. Sicherheits- und versicherungsrechtliche Fragen waren im Vorjahr für deutsche Unternehmen die Hauptgründe, diese Angebote nicht zu buchen.⁴ Heute arbeiten insgesamt 35% der größeren und 26% der kleineren Firmen mit diesen Anbietern, beziehungsweise planen dies.

(Abbildungen 10 und 11, Seite 14)

Schnittstelle Mobilitätsmanagement

Die digitale Vernetzung stellt Unternehmen künftig vor die Herausforderung, das Thema geschäftliche Mobilität noch stärker interdisziplinär zu denken. Travel Manager werden mehr und mehr zum Manager digitaler Prozesse, da sie in Unternehmen eine sensible Schnittstelle im Spannungsfeld von Sicherheit, Nachhaltigkeit, Datenschutz, Compliance und Ertragssteuerung besetzen. Zudem können sie den Nutzen ihrer Tätigkeit zunehmend besser einschätzen. Für die Zukunft stehen vor allem Themen wie Digitalisierung und Entlastung durch neue Technologien sowie Aufgaben rund um Risikovermeidung und Reisesicherheit an.

(Seite 20)

Prioritäten und Veränderungen unter der Lupe

Für das Mobilitätsmanagement haben direkte Kosteneinsparungen weiterhin Priorität. Daher werden neue Konzepte zunächst mit der Lupe betrachtet: Was bringt es für die Finanzen, die Gesamtorganisation, die Geschäftsreisenden? So befürwortet heute knapp ein Drittel der Unternehmen etwa eine Individualisierung der Reiserichtlinie. Auch das Thema „Bleisure“ wird geprüft: Wünschen Geschäftsreisende beispielsweise eine private Verlängerung ihrer Reise, ist dieser Wunsch bei den meisten Unternehmen realisierbar. Bestehende Compliance-Regeln, steuerliche Abgrenzungsfragen oder Fürsorgepflichten begründen die Zurückhaltung bei anderen.

(Abbildungen 20–22, Seiten 20 ff.)

Ökonomie trifft Ökologie

Von 2009 bis 2012 war die Anzahl der im Business-Travel-Bereich ökologisch und sozial aktiven Betriebe von rund 45.000 nur moderat auf circa 60.000 gestiegen. Heute verfolgen etwa 140.000 Betriebe diese Prinzipien. Nachhaltigkeit wird als strategischer Ansatz für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen immer wichtiger, denn ökonomische und ökologische Ziele lassen sich verbinden: Die Wahl des Verkehrsmittels oder die Vermeidung und Substitution von Geschäftsreisen mit virtuellen Meetings helfen, neben CO₂, auch direkte Kosten einzusparen.

(Abbildungen 23 und 24, Seiten 23 f.)

Sicherheit und Traveller Tracking

Das „Metathema“ der vergangenen zwei Jahre bleibt: Heute beschäftigen sich 70% des Mittelstandes⁵ mit Fragen der Sicherheit auf Geschäftsreisen. Konkret auf den Spuren der Reisenden sind insbesondere größere Unternehmen: Das sogenannte „Traveller Tracking“ ist heute bei 38% der größten Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern im Einsatz. Nicht ohne Herausforderungen, denn ob Übernachtungen, Bahnreise, Flug oder Mietwagen – in keinem Bereich liegen die Buchungsdaten schon komplett während der Reise im Unternehmen vor. Datenschutzgründe nennt jeder vierte Befragte aus größeren Firmen als Grund dafür, weshalb sie nicht immer wissen, wo sich ihre Reisenden befinden.

(Abbildungen 25–29, Seiten 25 ff.)

Ausblick 2018

Waren die Planungen der Geschäftsreiseverantwortlichen im Vorjahr von Konsolidierung und punktueller Zurückhaltung geprägt, scheint die Stimmung in Teilbereichen wieder ins Positive zu schwenken: Für das Jahr 2018 rechnen die meisten wieder mit gleichbleibenden bis steigenden Reiseaktivitäten. Inlandsreisen bleiben das Rückgrat deutscher Geschäftsreisetätigkeit. Infolge der globalen politisch-wirtschaftlichen Großwetterlage sind Aussagen über die Entwicklung in der nahen Zukunft insgesamt etwas schwieriger geworden. Der Anteil derjenigen, die lieber noch keine Vorhersage treffen, ist insbesondere in kleineren Unternehmen gestiegen.

(Abbildung 30, Seite 28)

⁴ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 9 „Trends“, Abbildung 28, Seite 23.

⁵ Im Rahmen dieser Analyse wird der Begriff „Mittelstand“ synonym für Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern verwendet.



© 2017 CWT

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

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

www.carlsonwagonlit.de

**Carlson
Wagonlit**
Travel

2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen

Anzahl

„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2016 durchgeführt?“

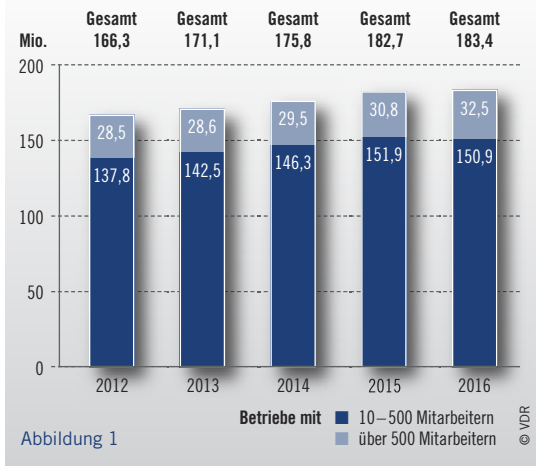
Die konjunkturelle Lage in Deutschland war 2016 weiterhin gekennzeichnet durch ein beständiges Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag im Jahresdurchschnitt um 1,9% höher als im Vorjahr.⁶ Nach jahrelang prognostiziertem Wachstum der Geschäftsreisetätigkeit wurde im Vorjahr eine Konsolidierung erwartet: Getragen von einer positiven Grundstimmung, beinhalteten die Unternehmenspläne durchaus auch eine Stagnation oder Rückgänge der Reiseaktivitäten. Je nach Unternehmensgröße waren ein „Mehr“ oder auch ein „Weniger“ an Geschäftsreisen drin.⁷ Diese divergierenden Erwartungen für das laufende Jahr spiegeln sich bereits in den Ergebnissen 2016 wider. Das solide gestiegene Volumen von Geschäftsreisen wurde 2016 mit 0,4% Minimalwachstum in etwa beibehalten. Der öffentliche Sektor trug hierzu mit 2,3% mehr Dienstreisen bei, während es in der Privatwirtschaft einen deutlichen Unterschied zwischen dem Reiseverhalten größerer (+5,2%) und kleinerer Unternehmen (-1,1%) gab.

Kosten

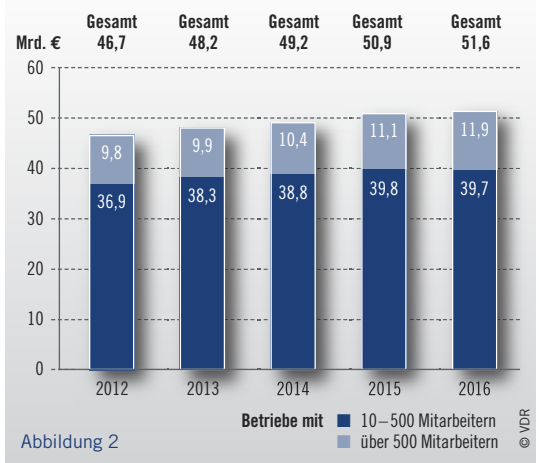
„Wie hoch waren im Jahr 2016 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

Die Geschäftsreisekosten von Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern stiegen im Zeitraum von 2015 bis 2016 ähnlich marginal wie das Reisevolumen – um 1,5% auf 51,6 Milliarden Euro. Doch Firmen mit über 500 Mitarbeitern gaben genauso wie im Vorjahr 7,4% mehr aus, während ihr Reisevolumen um 5,2% wuchs. Buchungszuwächse bei Übernachtungen sowie höhere Verpflegungsaufwendungen aufgrund längerer Reisen dürften hierfür mit ursächlich sein. Geschäftsreisende kleinerer Unternehmen hatten wiederum öfter im Inland und auf Tagesbasis zu tun, ohne zu übernachten. Sie haben ihr Ausgabenvolumen vom Vorjahr in etwa beibehalten (-0,1%). Im öffentlichen Sektor konnten die Ausgaben (1,8%) im Vergleich zum Dienstreisevolumen (2,3%) etwas gedrosselt werden.

Anzahl der Geschäftsreisen 2012–2016



Gesamtkosten der Geschäftsreisen 2012–2016



⁶ Vgl. Pressemitteilung Nr. 010 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 12. Januar 2017.

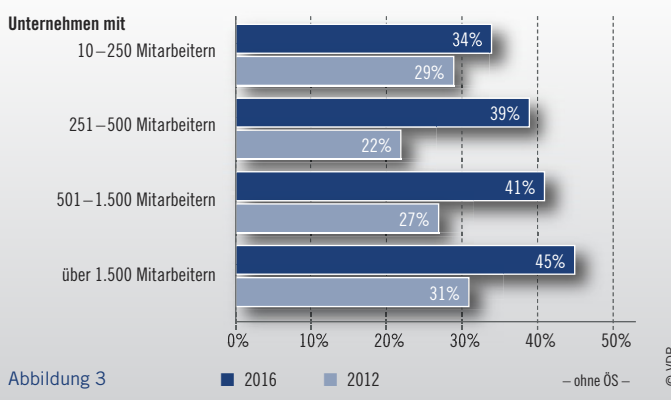
⁷ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 10 „Ausblick 2017“, Abbildung 29, Seite 24.

Geschäftsreisende

„Wie viele Geschäftsreisende waren unterwegs?“

Die Anzahl der Geschäftsreisenden ist um 2,3% auf 11,3 Millionen gestiegen – der Trend in Unternehmen, anteilig mehr Mitarbeiter auf Geschäftsreise zu senden, hält an. Mobilität und persönliche Begegnungen bleiben somit auch in Zeiten von technologisch unterstützten Treffen im Netz ein Muss. Im Jahr 2010, nach krisenbedingten Streichungen sowohl beim Personal als auch bei der Reisetätigkeit, ging nur etwa jeder vierte Beschäftigte auf Tour. Im Jahr 2012 waren es insgesamt rund 30%. Heute reist in den größeren Unternehmen fast die Hälfte der Belegschaft. Dieses Wachstum folgt auch dem Trend der Mehrbeschäftigung in Deutschland, mit dem höchsten Stand seit 1991.⁸

Anteil der Geschäftsreisenden 2012/2016



Alle betrieblich veranlassten Reisen, die anhand von einzelnen Reisekostenabrechnungen erfasst werden, zählen in dieser Untersuchung zu Geschäftsreisen. Dauer, Zweck, Entfernung, Ziel der Reise oder berufliche Stellung der Reisenden werden bei dieser Zählung nicht betrachtet. Sobald Aufwendungen als Geschäftsreisekosten im Betrieb abgerechnet werden, fließen sie in die Beträge mit ein. Weitere Begriffserläuterungen finden Sie in den VDR-Geschäftsreisanalysen 2003–2006 sowie im VDR-Glossar: www.vdr-service.de/der-verband/fachthemen/vdr-glossar

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

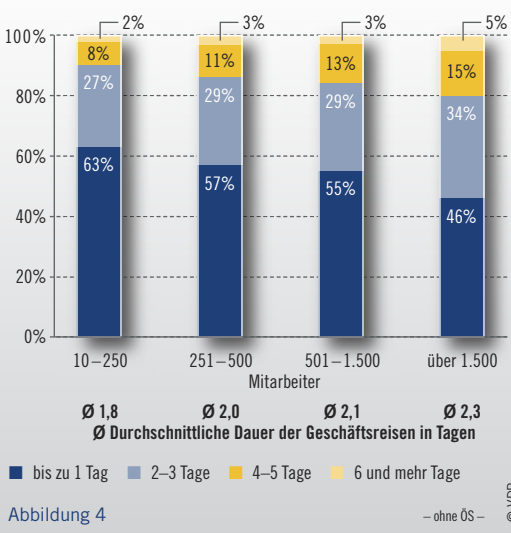
Bei den Berechnungen von prozentualen Veränderungen werden genaue Zahlen verwendet (Beispiel: jährliche Gesamtkosten für Geschäftsreisen). Darauf ist zurückzuführen, dass beim Rechnen mit den im Text oder in den Abbildungen verwendeten gerundeten Zahlen hinter dem Komma zum Teil unterschiedliche Ergebnisse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

Dauer

„Wie lange dauern Geschäftsreisen?“

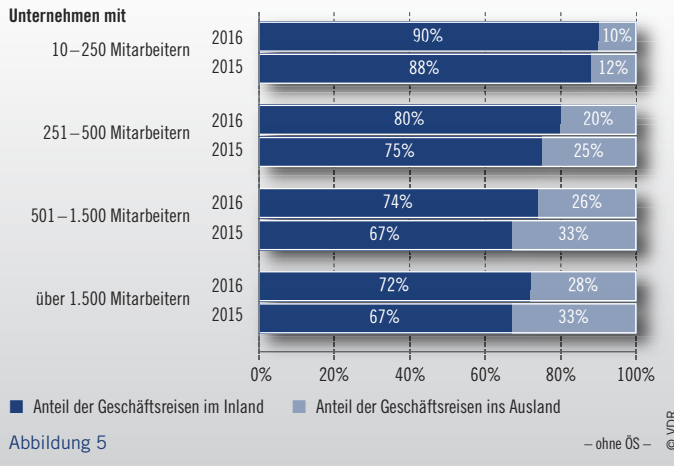
Im Jahr 2016 waren 45% der Geschäftsreisen insgesamt wieder mehrtätig (ohne Abbildung) – Eintagesreisen nahmen dafür ab. Diese Veränderung wird später auch bei der gestiegenen Anzahl der Übernachtungen sowie gesunkenen Transportkosten deutlich. 63% der KMU-Reisen waren Eintagesreisen ohne Übernachtung, während über die Hälfte der größten Firmen längere Geschäftsreisen unternahmen – wenn schon unterwegs, dann länger. Im Ergebnis dauerte eine KMU-Geschäftsreise 2016 durchschnittlich 1,8 Tage und bei den größten Unternehmen 2,3 Tage.

Dauer der Geschäftsreisen 2016



⁸ Vgl. Pressemitteilung Nr. 010 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 12. Januar 2017.

Geschäftsreisen im In- und Ausland 2015/2016



Reiseziel Inland/Ausland

„Wohin führen Geschäftsreisen?“

Die meisten Geschäftsreisen finden schon immer im Inland statt. Über alle Unternehmensgrößen hinweg haben Inlandsreisen im vergangenen Jahr noch weiter an Gewicht gewonnen, so dass sogar 90% der KMU-Reisen im eigenen Land blieben.

Der Wirtschaftsstandort Deutschland profitiert hiervon in vielerlei Hinsicht: Durch die Auslastung von Übernachtungs- und Transportkapazitäten sowie weiteren reisebezogenen Serviceleistungen werden Arbeitsplätze regional und saisonal unabhängig gesichert. Und die Destination Deutschland bleibt mit Hilfe von Geschäftsreisen flächendeckend attraktiv: Qualitativ hochwertige Infrastruktur und Dienstleistungen können zu international wettbewerbsfähigen Preisen auch für Urlaubsreisende aus dem In- und Ausland angeboten werden.

3 Struktur der Geschäftsreisekosten

**Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2012–2016
Tagesausgaben Geschäftsreisen vs. Urlaubsreisen 2012–2016***

	Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise	Ausgaben pro Person und Tag	
		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2016	310 €	155 €	78 €
2015	305 €	153 €	76 €
2014	307 €	146 €	77 €
2013	310 €	148 €	73 €
2012	308 €	140 €	73 €

* Eigene Berechnungen, in Anlehnung an FUR, Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalysen 2013–2017. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag; nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

Tabelle 1

Durchschnittskosten

Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise sind binnen fünf Jahren von 308 auf 310 Euro nur marginal gestiegen. Die Ausgaben pro Person und Tag liegen bei 155 Euro. Ähnlich entwickelten sich die Ausgaben für Urlaubsreisen 2016 leicht nach oben – pro Person und Tag auf 78 Euro. Somit geben Geschäftsreisende nach wie vor etwa doppelt so viel aus im Vergleich zu Urlaubsreisenden für Leistungen wie Beherbergung, Transport und Gastronomie.

Kostenbereiche

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

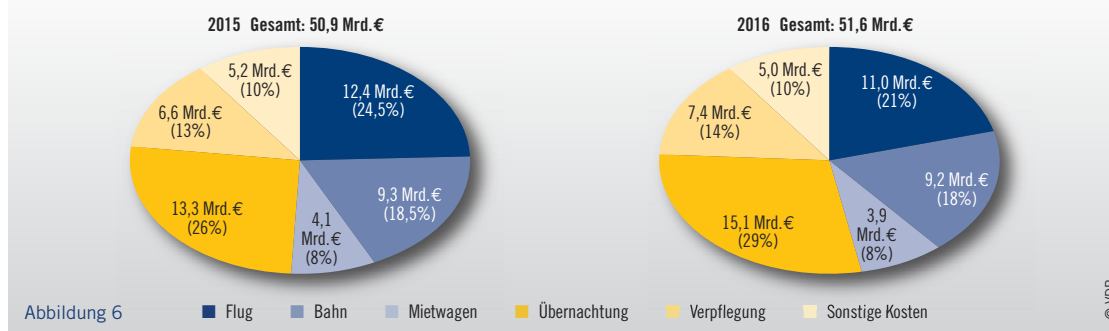
In den Hauptausgabenblöcken einer Geschäftsreise 2016 sind die Kosten für Übernachtung und Verpflegung gestiegen. Von 100 Euro wurden 43 Euro dafür verwendet. Hotelpreise haben sich im Betrachtungszeitraum in Deutschland kaum verändert, Übernachtungen aber kräftig zugenommen (s. nächstes Kapitel).

Zudem gilt: Geschäftsreisen dauern wieder länger, d.h. es muss mehr für Übernachtungen und Verpflegung, weniger für Transport ausgegeben werden. Und wo Nahrungsmittelpreise überdurchschnittlich preistreibend wirken, wie seit 2012 in Deutschland,⁹ sind auch Geschäftsreisen in ihren Kostenstrukturen betroffen.

Internationale Ticketpreise haben trotz der niedrigen Ölpreise nicht wesentlich nachgegeben. Inlandsflüge sind 2016 dagegen günstiger geworden,¹⁰ Gründe waren u.a. schärferer Wettbewerb, aber auch die zweistellige Senkung von Gebühren der Deutschen Flugsicherung Anfang 2016.¹¹ Zusammen mit dem Anstieg der Inlandsgeschäftsreisen und rückläufigen Business Trips ins Ausland ist der Kostenblock Flug kleiner geworden. Die Transportalternativen mit Bahn und Mietwagen sind anteilig stabil geblieben.

Sonstige Aufwendungen wie Kommunikationskosten, Flug-Zusatzgebühren (Ancillary Fees), Parkgebühren, Taxi und ÖPNV tragen mit 10% zu den Gesamtkosten bei. Bei den indirekten Kosten bleiben sie für die Abrechnungs- und Belegverwaltung eine unverhältnismäßige Last.

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2015/2016

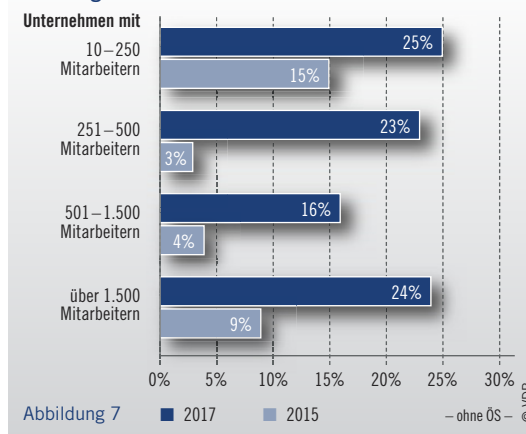


Nutzung von Fernbussen

„Werden von den Reisenden Ihres Unternehmens Fernbusse in Deutschland genutzt?“

Schon im Jahr 2010 als Alternative erkannt,¹² in den Folgejahren nicht immer ernst genommen und heute aber akzeptiert: Der Fernbus wird mittlerweile von einem Viertel der Unternehmen als Transportmittel für Geschäftsreisen genutzt. Die Stagnation am Fernbusmarkt ist somit nicht von Geschäftsreisenden verursacht – vielmehr haben die Konsolidierung auf der Anbieterseite, damit gestiegene Preise sowie konkurrierende Angebote von anderen Verkehrsträgern das Wachstum der Fernbusbranche gebremst.¹³ Und: Dienstreisende aus dem öffentlichen Sektor steigen mit 12% noch selten in den Bus.

Nutzung von Fernbussen 2015/2017



⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis): Verbraucherpreise 2016, Wiesbaden Februar 2017.

¹⁰ Vgl. swoodoo Flugpreis-Monitor – Analyse der Flugpreisentwicklung von 2014 bis 2016.

¹¹ Vgl. <http://www.airliners.de/jahresbilanz-abgesenkte-fluggebuehrendfs/41252>

¹² Vgl. <http://biztravel.fww.de/neue-alternativen-geschaeftsreisen-im-fernbus/1/19009/4076>

¹³ Vgl. <https://omnibus.news/geringes-wachstum>

LIEBE BUSINESS TRAVELLER,

EFFIZIENT FLEXIBEL UND
ZUM BESTEN PREIS FLIEGEN.

Jetzt Ziele entdecken, Reisevorteile sichern
und smarte Geschäftsoptionen kennenlernen.

4 Übernachtungen

Gesamtentwicklung

„Wie oft haben Mitarbeiter Ihres Unternehmens / Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen übernachtet?“¹⁴

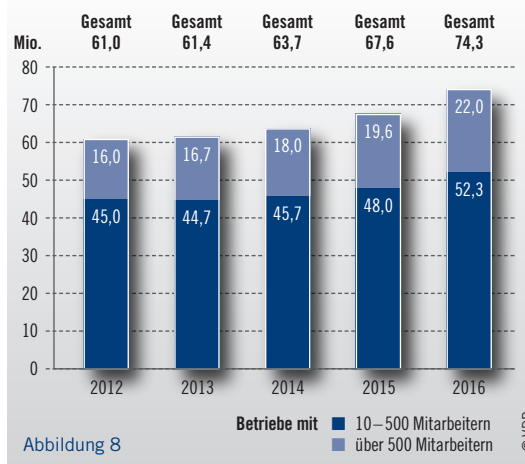
„Wie verteilt sich die Anzahl der Übernachtungen auf inländische und ausländische Beherbergungsbetriebe?“

Ein Rekordjahr nach dem anderen: Für den Beherbergungsbereich war auch 2016 erfolgreich – es wurden 74,3 Millionen geschäftliche Buchungen von deutschen Betrieben verzeichnet, was einer Zunahme gegenüber dem Vorjahr von 9,9% entspricht. Geschäftsreisende aus allen Betriebsgrößen haben mehr übernachtet. Insbesondere größere Unternehmen waren öfter mehrtägig unterwegs.

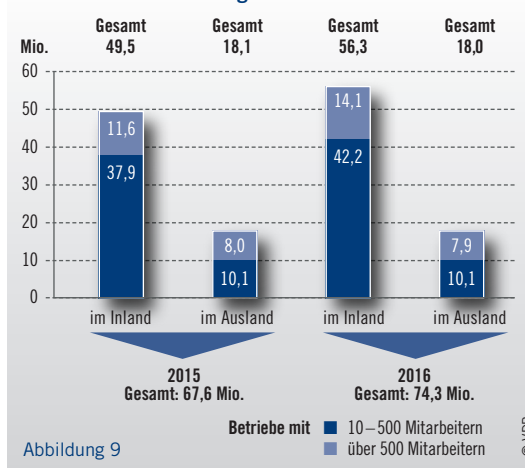
Inländische Beherbergungsbetriebe profitierten erneut überproportional von diesem Wachstum: Während die Anzahl der Inlandsübernachtungen deutscher Betriebe im Jahr 2016 auf 56,3 Millionen stieg, blieben Auslandsübernachtungen auf demselben Niveau wie im Vorjahr. Einen starken Wachstumsfaktor bietet der weltweit hoch geschätzte Messe- und Kongressstandort Deutschland an. Die Teilnehmerzahl nimmt hier jedoch stärker zu als das Veranstaltungsangebot, was der Hotellerie an den jeweiligen Standorten zugute kommt.¹⁵

Die weltweiten, alle Beherbergungsbetriebe und -kategorien zusammenfassenden, Durchschnittskosten pro Übernachtung betragen 119 Euro (zum Vergleich 2011: 134 Euro).¹⁶ Dieser Wert spiegelt zum einen das Mehr an Übernachtungen im Inland wider.¹⁷ Zum anderen gibt es auch große Preisunterschiede zwischen den Großstädten auf anderen Kontinenten, verglichen mit deutschen Geschäftsreisehochburgen.¹⁸ In München bettet man sich durchschnittlich für weniger als die Hälfte des Preises in New York. Nicht zu vergessen: Die bevorzugten Übernachtungskategorien haben sich über mehrere Jahre hinweg nach unten bewegt und die Auswahl an Übernachtungsmöglichkeiten ist differenzierter geworden.

Anzahl der Übernachtungen 2012–2016



Anzahl der Übernachtungen Inland/Ausland 2015/2016



Übernachungskategorien

„Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb gebucht?“

Im Inland bleibt die 3-Sterne-kategorie mit nahezu drei von fünf aller Übernachtungen für die meisten Geschäftsreisenden erste Wahl. Sie wird heute im ähnlichen Maße von kleineren und größeren Firmen gebucht. Der Marktanteil dieser Häuser hat seit der Finanzkrise kräftig zugenommen – von 47% im Jahr 2010 auf 58% im Jahr 2016 (ohne Abbildung). In etwa jeder vierte Geschäftsreisende zieht derzeit 4 Sterne vor. Auch die 1- und 2-Sterne-Hotellerie behält ihre neuen Fans: 10% der Geschäftsreisenden aus dem Mittelstand buchen Häuser mit „no frills“-Konzepten.

¹⁴ Anzahl Übernachtungen = roomnights.

¹⁵ Vgl. Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) und German Convention Bureau e.V. (GCB): Meeting & EventBarometer Deutschland 2016/17.

¹⁶ Wenn Angaben sowohl zur Anzahl der Übernachtungen als auch zu den Kosten gemacht werden könnten, 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.

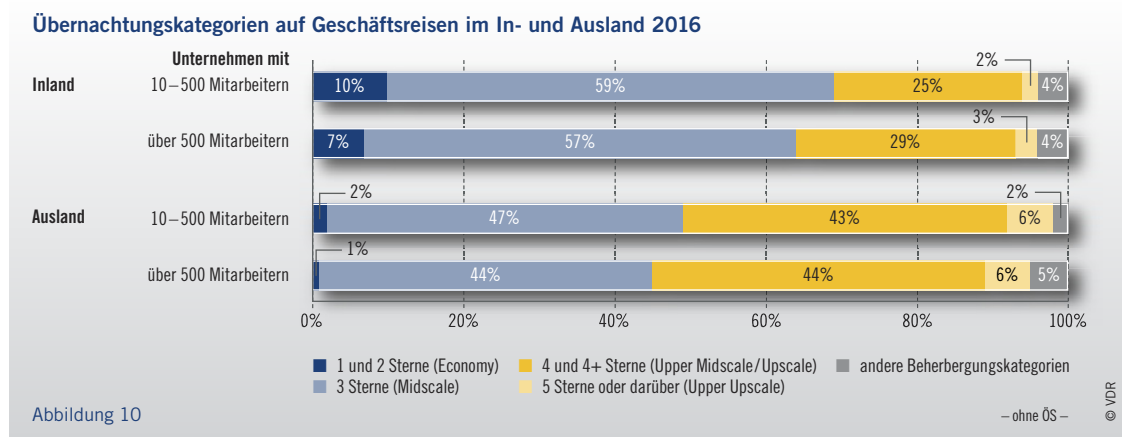
¹⁷ Vgl. <http://hrs.de/presse/news/hotelpreise-2016-entwicklung-in-deutschland-stabil.html>

¹⁸ Vgl. HRS Hotelpreisradar 2016.

Im Ausland findet der Wettbewerb um Geschäftsreisende noch etwas deutlicher zwischen der Midscale- und Upscale-Hotellerie statt. Hier ist die höhere Kategorie noch etwas beliebter als im Inland.

Seit zwei Jahren zeigt sich jedoch eine ähnliche Entwicklung wie in Deutschland: Mit einem Anstieg von

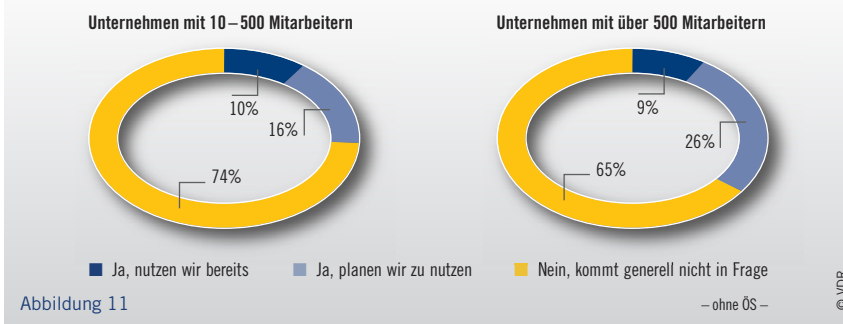
37% der Übernachtungen im Jahr 2010 auf 46% im Jahr 2016 gewinnt die Midscale-Hotellerie neue Kunden (ohne Abbildung). Und zwar von allen Unternehmensgrößen, auch wenn generell im Ausland eher eine Kategorie höher übernachtet wird. Halbiert haben sich dort hingegen Buchungen in Upper-Upscale-Häusern (von 13% auf 6%).



Sharing Economy im Übernachtungsbereich

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

Akzeptanz von Sharing-Economy-Angeboten im Übernachtungsbereich 2017



Die Mehrheit der befragten deutschen Unternehmen lehnt die Nutzung von Sharing-Economy-Angeboten für ihre Geschäftsreisenden aber weiterhin ab. Im öffentlichen Sektor ist die Zurückhaltung noch deutlicher: Für 91% dieser Organisationen kommen Airbnb & Co. als Übernachtungsalternativen nicht in Frage. Sicherheits- und versicherungsrechtliche Fragen waren im Vorjahr für deutsche Unternehmen die Hauptgründe, die Sharing-Economy-Angebote nicht zu buchen.²⁰

Unternehmerische Fürsorgepflichten sind mit dem gestiegenen Bewusstsein für globale Reiserisiken bedeutsamer geworden. Zu einer generellen Risiko-beurteilung unterschiedlicher Übernachtungsanbieter gehören u.a. Kriterien wie Sicherheitsstandards, Trackingmöglichkeiten und Zugang zu Hilfe im Krisenfall sowie eine Sicherheitsüberprüfung des Anbieters. Wie Arbeitgeber ihre Fürsorgepflichten wahren können, vermittelt die VDR-Akademie in ihren Seminaren zu diesem Thema.²¹

Heute nutzen insgesamt 35% der größeren und 26% der kleineren Firmen Sharing-Economy-Angebote, beziehungsweise bereiten sich darauf vor. Von der Anbieterseite wird Wachstum gemeldet: Der Anteil von Geschäftsreisenden auf Airbnb hat sich im Jahr 2016 weltweit verdreifacht. Heute ist dort jede 10. Buchung eine geschäftlich induzierte.¹⁹

¹⁹ Vgl. Pressemitteilung Airbnb, 28. April 2017 – <https://press.airbnb.com/business-travel-announcement/>

²⁰ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 9 „Trends“, Abbildung 28, Seite 23.

²¹ Prof. Dr. Tobias Ehlen: Sharing Economy: Rechtsfragen für den Travel Manager, Webinar der VDR-Akademie 16.03.2017. Weitere Termine: www.vdr-akademie.de

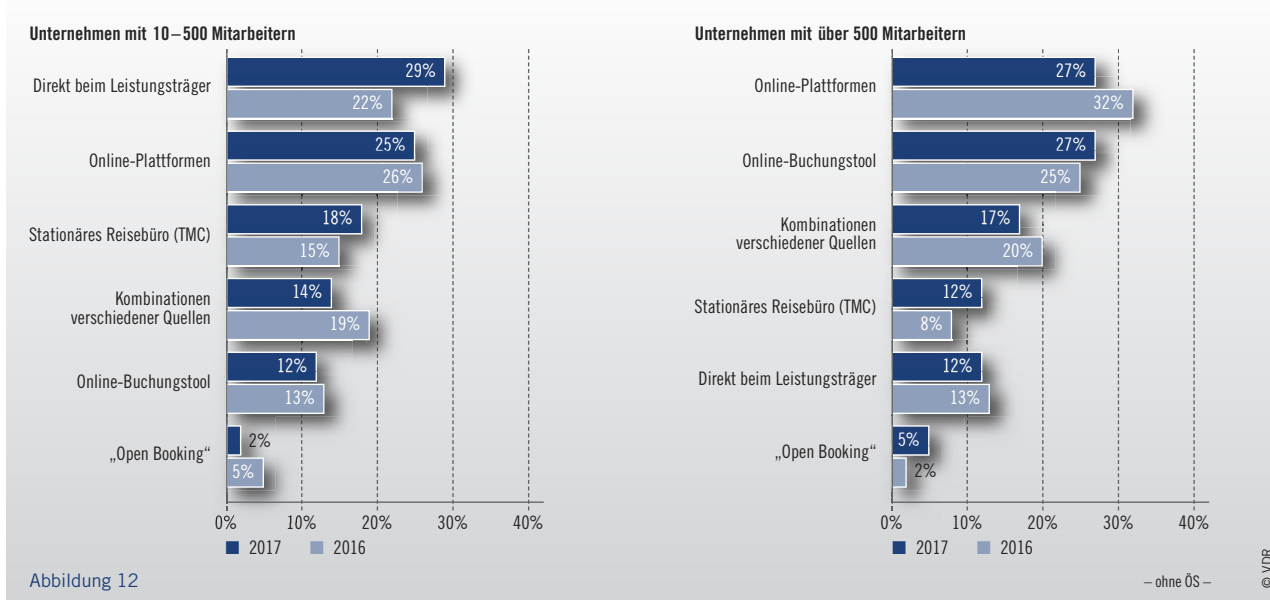
Buchungskanäle der Zukunft

„Ganz grundsätzlich: Welchen Buchungskanal werden Sie künftig präferieren, wenn es u.a. um den Zugriff auf den besten Zimmerpreis, die maximale Verfügbarkeit und das breiteste Angebot geht (z.B. saisonale Sonderaktionen)?“

Bei dieser Frage geht es darum, welchen Buchungskanal Geschäftsreiseverantwortliche im Übernachtungsbereich künftig favorisieren. Etwa ein Drittel der kleineren Unternehmen neigt zu einer direkten

Beziehung zum Leistungsträger. Online-Plattformen (wie Online-Reisebüros oder Hotelportale) und Online-Buchungstools²² werden von größeren Firmen präferiert. Zum sogenannten „Open Booking“ – also die Entscheidung, was, wie und bei welchem Anbieter gebucht wird, dem Reisenden zu überlassen – neigen nach wie vor die wenigsten Geschäftsreiseverantwortlichen.

Zukünftig präferierte Buchungskanäle im Bereich der Hotellerie 2016/2017



„Die Angebotsvielfalt, die Infrastruktur, der Service und das Preis-Leistungs-Verhältnis machen Deutschland zum stärksten Geschäftsreisemarkt in Europa. Die Bedeutung der Online-Buchung wächst, daher ist die Stärkung der eigenen Website als Vertriebskanal ein wichtiger Baustein – besonders im Geschäftsreisesegment.“

Guido Zöllick, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (DEHOGA Bundesverband)

²² z.B. Amadeus e-Travel Management, BookIt, Concur, Cytric, Onesto, SAP TM.

5 Flug

Flugstrecken: Inland, Ausland, Interkontinental

„Wie hat sich die Anzahl der Flugreisen im Jahr 2016 auf die Bereiche Inland, Ausland und Interkontinental aufgeteilt?“

Auf der Langstrecke sind 50% der größeren Firmen mit über 500 Mitarbeitern unterwegs, aber auch nahezu ein Viertel der deutschen

Mittelständler mit 10–500 Mitarbeitern. Darin spiegelt sich die Bedeutung der internationalen Handelsbeziehungen wider: China und die USA waren 2016 unter den wichtigsten drei Handelspartnern Deutschlands.²³ Schon 2015 zählten sie zu den Top-Geschäftsreisezielen.²⁴

Anteil der Flugreisen Inland, Europa und Interkontinental 2016

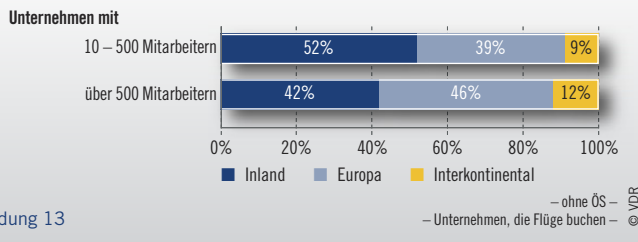


Abbildung 13

Die meisten Flüge im Mittelstand werden für Inlandsstrecken gebucht. Das europäische Ausland war mit 46% der Flugbuchungen das Hauptziel größerer Unternehmen. Infolge des Austrittsprozesses Großbritanniens aus der EU, der Restriktionen bei den US-Einreisebestimmungen sowie einem möglichen Anstieg protektionistischer Maßnahmen im internationalen Handel kann es in den Reismustern zu Verwerfungen kommen. Wenn sich Geschäftsreisen deutscher Manager als zunehmend aufwendig erweisen, hätte das negative Konsequenzen für die geschäftliche Mobilität – oder der Bedarf, in einige Länder überhaupt zu reisen, könnte spürbar abnehmen.



„Luftverkehr verbindet die deutschen Unternehmen und ihre Mitarbeiter mit internationalen Märkten und globalen Warenflüssen. Gerade deswegen ist es jetzt wichtig, im Sinne des Luftverkehrskonzeptes des Bundesverkehrsministers die Weichen zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Luftverkehrs zu stellen.“

Dr. Stefan Schulte, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Luftverkehrswirtschaft (BDL)

Kriterien für die Auswahl einer Fluggesellschaft (Interkontinental)

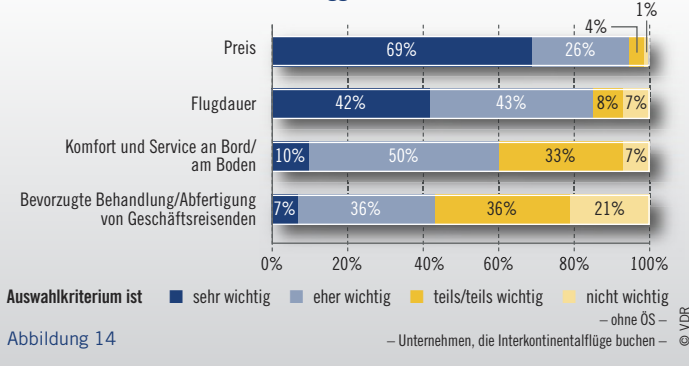


Abbildung 14

Auswahlkriterien

„Wie wichtig sind die folgenden Kriterien bei der Wahl einer Fluggesellschaft für Interkontinentalflüge?“

Geschäftsreiseverantwortliche nennen hier Kosten zuerst, dann Reduktion von Reisestrupazen durch optimierte Reisedauer – anschließend folgen weitere Komfort- und Serviceüberlegungen.

Für 95% der Unternehmen, die Interkontinental-Tickets buchen, ist der Preis ein wichtiges Kriterium bei der Airline-Auswahl, dicht gefolgt von der Gesamtflugdauer – Direktverbindungen schlagen Umsteigealternativen. Was das Verhältnis Preis/Komfort angeht, konnte bereits letztes Jahr festgestellt werden, dass auch auf der Langstrecke ein Trend zu mehr Buchungen in der „Holzklasse“ besteht.²⁵

Möglicherweise schaffen in Zukunft neue Transport-Services im Anschluss an Langstreckenflüge wie etwa e-VTOLs („electric vertical take off and landing“) einen angenehmen und effizienten Ausgleich nach der Ankunft am Zielort.²⁶

²³ Nach Umsatz Exporte + Importe. Vgl. Statistisches Bundesamt (Destatis): Rangfolge der Handelspartner im Außenhandel der Bundesrepublik Deutschland 2016, Wiesbaden 2017.

²⁴ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 8 „Zielländer 2015“, Abbildung 24, Seite 22.

²⁵ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 4 „Flug“, Abbildung 7, Seite 10.

²⁶ Vgl. <http://nypost.com/2017/04/01/soon-youll-be-able-to-go-to-work-in-a-flying-taxi/>

Serviceaspekte auf Interkontinentalflügen

„Welche Komfort- und Serviceaspekte sind auf Interkontinentalflügen wichtig für Reisende?“

An Bord legen Geschäftsreisende am meisten Wert auf die Möglichkeit, sowohl arbeiten als auch entspannen zu können. Unabhängig von der Unternehmensgröße sagen das neun von zehn Geschäftsreisereisverantwortliche aus Firmen, die Interkontinentalflüge buchen. Das im März 2017 ausgerufene „Laptop-Verbot“ durch die USA und Großbritannien ist für Unternehmen nicht nur eine große Belastung, sondern es wirkt zudem gegen eine dieser wichtigsten Servicekomponenten. Da Sicherheit auf Geschäftsreisen oberste Priorität besitzt, werden vielmehr intelligente Sicherheitssysteme am Boden benötigt, um mögliche Gefahrenquellen bereits bei der Kontrolle des Handgepäckes zu identifizieren.²⁷ Wenn Laptops und andere Geräte mit Lithiumbatterien in der Kabine befördert werden, kann bei Problemen schneller reagiert werden, als wenn sich derartige Geräte im Frachtraum befinden, heißt es auch bei der obersten europäischen Flugsicherheitsbehörde EASA.²⁸

Serviceaspekte auf Interkontinentalflügen

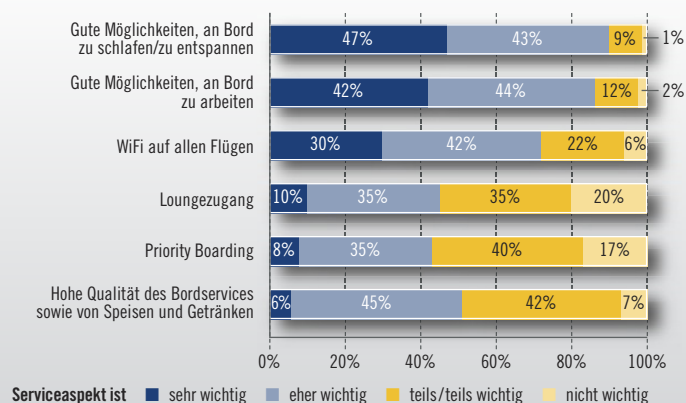


Abbildung 15

Meinungsbild: Nutzung von Buchungsdaten

„Inwieweit stimmen Sie der folgenden Aussage zu: Fluggesellschaften nutzen Buchungsdaten ausschließlich im Sinne der Vertragserfüllung.“

Geschäftsreisereisverantwortliche aus Unternehmen, die Flüge buchen, sind hier geteilter Meinung: 45% von ihnen haben den Eindruck, dass Buchungsdaten auch für andere Zwecke genutzt werden, als zur reinen Vertragserfüllung. 42% sagen „teils-teils“. Die Minderheit hat volles oder nahezu volles Vertrauen in die Integrität der Datennutzung.

Meinungsbild: Nutzung von Buchungsdaten

„Fluggesellschaften nutzen Buchungsdaten ausschließlich im Sinne der Vertragserfüllung.“

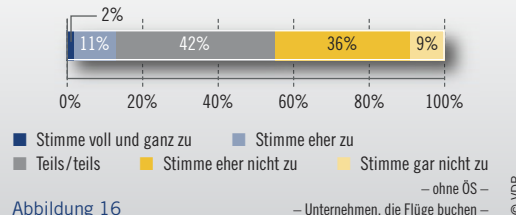


Abbildung 16

Durch Reisebuchungen sind Geschäftsreisende gezwungen, eine Vielzahl von Daten über sich und ihr Unternehmen preiszugeben. Problematisch wird es, wenn etwa Bewegungs- und Kommunikationsdaten, die mit der Buchung einhergehen, nachverfolgt werden können. Darüber hinaus kann die Verknüpfung mit persönlichen Loyalitätsprogrammen kritisch sein, da sie zur Umgehung von Travel Policies verlocken. Unternehmen stehen vor der Frage, wie sie persönliche Daten ihrer Reisenden vor Missbrauch schützen und Industriespionage durch Erstellung von Bewegungsprofilen über die Reisedaten vorbeugen können. Außerdem müssen Unternehmen im Umgang mit Buchungs- und Bezahlungen sicherstellen können, dass diese nicht von Anbietern eingesetzt werden, um Marktverhalten zu analysieren oder Mitbewerber auszuspionieren. Auch nutzen internationale Datenverarbeiter Informationen, die für Buchungs- und Bezahlprozesse von Geschäftsreisen notwendig sind. Sie aggregieren und verarbeiten die Informationen aus den Kundendaten der

Mobilitätsanbieter zu Datenprodukten, die eine detaillierte Markt- und Mitbewerberanalyse ermöglichen können.

Für den VDR ergibt sich daraus die Forderung nach vollumfänglicher Transparenz bei allen Prozessen der Datenverarbeitung von Firmen- und Mitarbeiterdaten. Außerdem müssen die Grundsätze der Zweckbindung, Datensparsamkeit und Lösungsfristen beim Umgang mit Wirtschaftsdaten berücksichtigt werden.

²⁷ Vgl. www.vdr-service.de/service/pressemitteilungen/news/laptop-verbot-auf-usa-fluegen-schraenkt-arbeitsmobilitaet-von-geschaeftsreisenden-ein/

²⁸ Vgl. www.easa.europa.eu/en/newsroom-and-events/press-releases/easa-issues-safety-recommendations-transport-portable-electronic

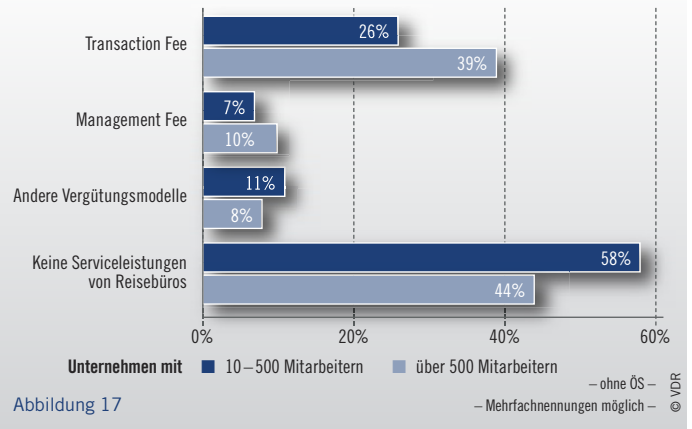
6 Zusammenarbeit mit Reisebüros/TMCs

Vergütungsmodelle

„Wie werden Serviceleistungen mit Reisebüros abgerechnet?“

Für 58% der kleineren Unternehmen sind Reisebüro-Services nicht relevant. Bei den größeren Firmen mit über 500 Mitarbeitern ist die Nutzung von Reisebüros/Travel Management Companies in zehn Jahren stark gesunken. 44% von ihnen nehmen heute keine Reisebüro-Services in Anspruch – 2008 waren es erst 14% dieser Unternehmen (ohne Abbildung).²⁹ An der Struktur der bevorzugten Vergütungsmodelle hat sich hingegen nicht viel verändert – wer mit einem Reisebüro arbeitet, rechnet auch heute am ehesten per Transaction Fee ab.

Vergütungsmodelle für Serviceleistungen des Reisebüros/TMC

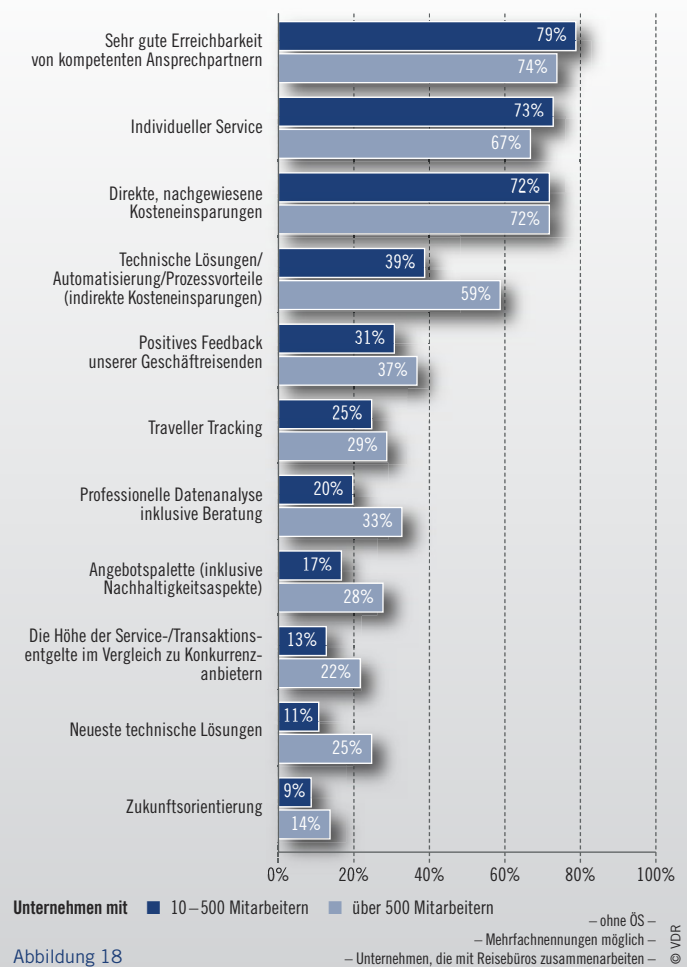


Qualitätskriterien

„Welche Merkmale sind für Ihr Unternehmen die wichtigsten in der Zusammenarbeit mit einem Reisebüro?“

Der menschliche Faktor bleibt sehr wichtig. Trotz automatisierter Unterstützung, Online-Innovationen und mobiler Machbarkeit schätzt man den persönlichen Kontakt mit kompetenten Ansprechpartnern und den individuellen Service. Von B2B und B2C über automatisierte Chatbot-Dienste³⁰ könnte der Bedarf in Zukunft wieder zurück zu den Wurzeln der Dienstleistung gehen, im Sinne von „Human to Human“ – zu Internetdeutsch „H2H“. Bestand hat im Geschäftsreisebereich die Anforderung von Unternehmen, dass direkte Kosteneinsparungen vom Reisebüropartner nachgewiesen werden müssen. Naturgemäß sind indirekte Kosteneinsparungen durch technische Lösungen für größere Firmen eher möglich als für kleinere, denn große Transaktionsvolumina bedeuten mehr und höhere Einsparungspotenziale in allen Bereichen des Reiseprozesses.

Qualitätskriterien der Zusammenarbeit



²⁹ Die Anzahl von Business-Travel-Reisebüros fiel 2015-2016 von 790 auf 757. S. Deutscher Reiseverband (DRV): Der Deutsche Reisemarkt – Zahlen und Fakten 2016.

³⁰ Ein Chatbot ist „eine Technologie mit künstlicher Intelligenz, die Unterhaltungen mit menschlichen Nutzern simulieren soll.“ Mehr dazu: <http://www.internetworld.de/technik/bots/5-dinge-unternehmen-chatbots-wissen-1134601.html>

Buchungs- und Abrechnungstools

„Nutzen Sie ein Online-Buchungstool?“

„Wenn ja, nutzen Sie für die Reisebuchung und die Reisekostenabrechnung dasselbe Tool?“

Von den mittelständischen Unternehmen, die ein Online-Buchungstool nutzen, haben 27% dasselbe Tool auch für die Abrechnung gewählt. 65% der größten Firmen nutzen Online-Buchungstools. Von ihnen hat jede fünfte dasselbe Tool bei der Abrechnung im Einsatz.

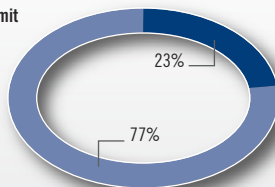
Online-Buchungs- und Abrechnungstools

Nutzung eines Online-Buchungstools

Nutzung desselben Tools für Buchung und Abrechnung

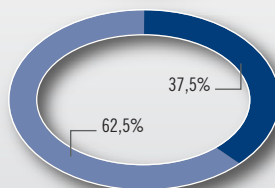
Unternehmen mit

10–500
Mitarbeitern



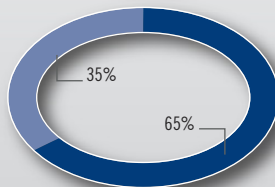
▶ **27%**

501–1.500
Mitarbeitern



▶ **21%**

über 1.500
Mitarbeitern



▶ **20%**

■ Nutzung eines Online-Buchungstools ■ Keine Nutzung

Abbildung 19

– ohne ÖS –
– Unternehmen, die ein Online-Buchungstool nutzen (rechte Seite) –

© VDR



7 Wertewandel im Business & Travel

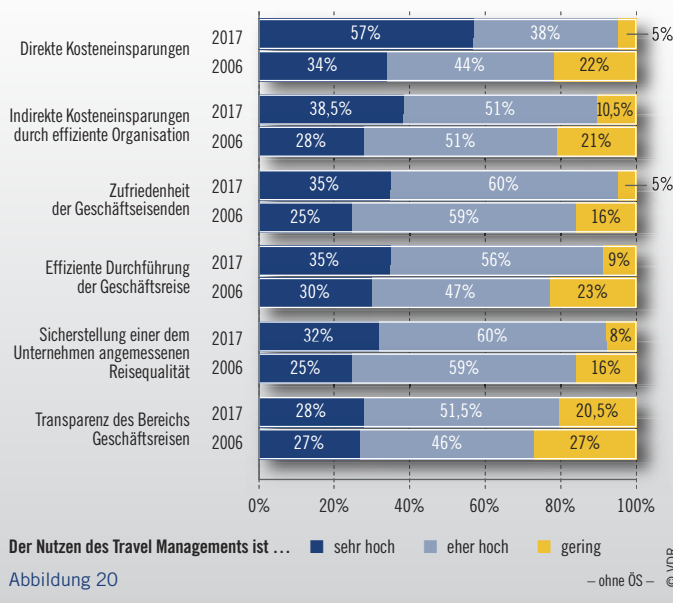
Nutzen des Travel Managements

„Wie hoch schätzen Sie den Nutzen für Ihr Unternehmen durch das Travel Management hinsichtlich der folgenden Bereiche ein?“

Vor zehn Jahren konnte nahezu jedes fünfte Unternehmen zu dieser Frage keine Einschätzung abgeben. Heute kann der Nutzen des Travel Managements deutlich häufiger bewertet werden. Nur 4% der Interviewpartner sind sich hier noch unschlüssig.

Die digitale Vernetzung stellt Unternehmen künftig vor die Herausforderung, das Thema geschäftliche Mobilität noch stärker interdisziplinär zu denken. Ein Baustein ist die Zusammenarbeit unterschiedlicher Unternehmensbereiche mit dem Ziel, den idealen Geschäftsreiseprozess des Mitarbeiters zu entwickeln und dabei auch seinen individuellen Bedürfnissen als Mitarbeiter und Mensch gerecht zu werden.

Nutzen des Travel Managements 2006/2017



Die Travel-/Mobilitätsmanager können den Nutzen ihrer Tätigkeit zunehmend besser einschätzen. Sie werden mehr und mehr zum Manager digitaler Prozesse, da sie in Unternehmen eine sensible und zugleich wichtige Schnittstelle im Spannungsfeld von Sicherheit, Nachhaltigkeit, Datenschutz, Compliance und Ertragssteuerung besetzen. Modernes Mobilitätsmanagement ist eindeutig erforderlich, um konkurrierende Ziele des Unternehmens, Lieferanten und Mitarbeitern auszubalancieren.

Auf die Frage, was in Zukunft wichtig ist, lauten die meisten Antworten der Interviewpartner: Digitalisierung und Entlastung durch neue Technologien (z.B. papierloses Büro, E-Government, intelligente Reisevermeidung, Verbesserung der Effizienz, Orientierung und Information). Einen weiteren Schwerpunkt für die Zukunft bilden Aufgaben rund um Risikovermeidung und Reisesicherheit.



„15 Jahre VDR-Geschäftsreiseanalyse: nie haben sich die rasante Entwicklung von Technik und Digitalisierung sowie die politische Weltlage nachhaltiger auf die geschäftliche Mobilität – und damit direkt auf das Individuum Geschäftsreisende(r) – ausgewirkt als in den vergangenen 5 Jahren. Gewährleistung von Sicherheit, Risikominimierung und Individualität gewinnen zunehmend an Bedeutung in den Reise-richtlinien – für jeden einzelnen Geschäftsreisenden – endlich!“

Michael Kirnberger, Ehrenpräsident des Verbands Deutsches Reisemanagement e. V.



Individualisierung von Reiserichtlinien

„Befürworten Sie eine Entwicklung zur stärkeren Individualisierung von Reiserichtlinien?“

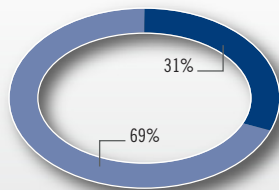
„Wie hoch schätzen Sie die Wahrscheinlichkeit ein, dass individualisierte Konzepte künftig im Bereich Travel & Mobilität in Ihrem Unternehmen umgesetzt werden?“

Durch demographischen Wandel und Rekordjahre bis hin zur heutigen nahezu Vollbeschäftigung auf dem deutschen Arbeitsmarkt, sind viele Unternehmen im „War For Talents“ angekommen. Der Kampf um qualifizierte Arbeitskräfte findet insbesondere außerhalb von Ballungsgebieten sowie im Mittelstand statt. Zahlreiche Studien beschreiben die Erwartungen der jungen Generationen. Die 20- bis Mitte 30-Jährigen wünschen sich mehr Freiräume und Flexibilität im Job, wobei Beruf und Freizeit immer mehr verschmelzen.³¹ Individualisierte Konzepte in den Reiserichtlinien könnten künftig ein Anreiz für Bewerber sein, sich für ein Unternehmen zu entscheiden. Die Travel Policy könnte somit zur Attraktivität des Arbeitgebers und damit zum Unternehmenserfolg beitragen.

Wie kann also der Reisende in Zukunft stärker in den Fokus rücken? Individualisierte Reiserahmen oder flexible Reiserichtlinien würden helfen, dieses umzusetzen. Dabei könnten festgelegte Parameter wie Alter, Reismuster, Körpergröße, Familienstand, Jobprofil, Reisebudget, usw. berücksichtigt und dynamisch miteinander verknüpft werden.

Individualisierung von Reiserichtlinien

Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern



■ Befürwortung Individualisierung der Reiserichtlinie
■ Keine Befürwortung

Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern

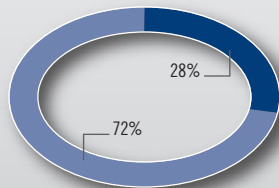
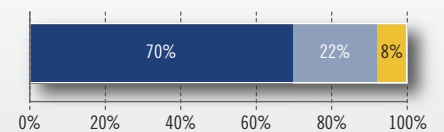
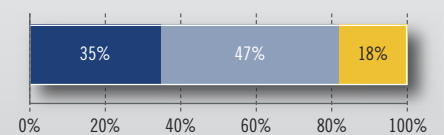


Abbildung 21

Befürworter



■ Umsetzung ist wahrscheinlich
■ Teil/teils
■ Umsetzung ist unwahrscheinlich



– ohne ÜS –
– Befürworter der Individualisierung von Reiserichtlinien (rechte Seite) – © VDR

Knapp ein Drittel der Unternehmen und lediglich jede fünfte Organisation im öffentlichen Sektor spricht sich heute für eine stärkere Individualisierung aus. Und auch von den Befürwortern bleibt ein Teil skeptisch hinsichtlich der Realisierungschancen. In kleineren Firmen halten immerhin 70% der Befürworter es für wahrscheinlich, dass individualisierte Konzepte künftig im Bereich Travel und Mobilität umgesetzt werden. In Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind hingegen nur 35% diesbezüglich optimistisch.

³¹ Vgl. www.welt.de/wirtschaft/karriere/bildung/article152993066/Was-Generation-Z-vom-Berufsleben-erwartet.html

Kombination von Reiseanlässen – „Bleisure“

„Gestattet Ihr Unternehmen Geschäftsreisen mit Privatreisen zu kombinieren?“

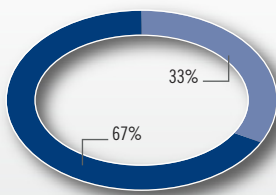
„Aus welchen Gründen unterstützt Ihr Unternehmen nicht die Möglichkeit, Geschäftsreisen mit Privatreisen zu verbinden?“

Business und Leisure, auch als „Bleisure“ bekannt, beschreibt Möglichkeiten der positiven, selbstbestimmten Kombination von Arbeit und Freizeit.³² Wenn Geschäftsreisende eine private Verlängerung ihrer Reise wünschen, um beispielsweise über das Wochenende eine neue Stadt zu erkunden oder Freunde und Familie zu besuchen, ist dieser Wunsch bei der Mehrheit der Unternehmen heute realisierbar.

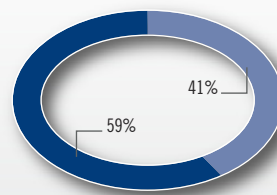
Kleinere Arbeitgeber sind hier etwas flexibler (67%) als größere (59%). „Bleisure“ zeigt sich bereits in den Buchungsmustern: So beinhalten z.B. bei Airbnb über 50% der geschäftlich bedingten Buchungen 2016 eine Übernachtung von Samstag auf Sonntag.³³ Dort, wo die Kombination von Reiseanlässen (noch) auf Ablehnung stößt, lassen die bestehenden Compliance-Regeln dies nicht zu bzw. es bestehen Fragen hinsichtlich steuerlicher Abgrenzung oder Fürsorgepflichten. Für Angestellte im Ausland, die meistens weniger Urlaubstage pro Jahr haben als Angestellte in Deutschland, ist die Kombinationsmöglichkeit von beruflichen mit privaten Aufenthalten noch relevanter.³⁴

Kombination von Reiseanlässen – „Bleisure“

Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern

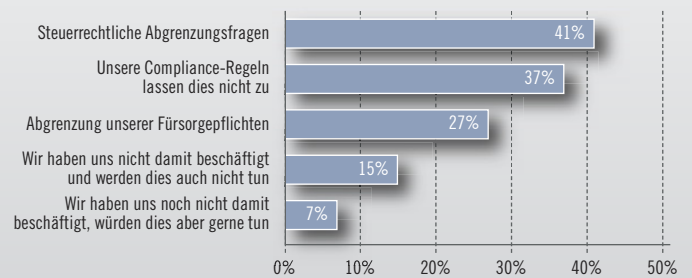
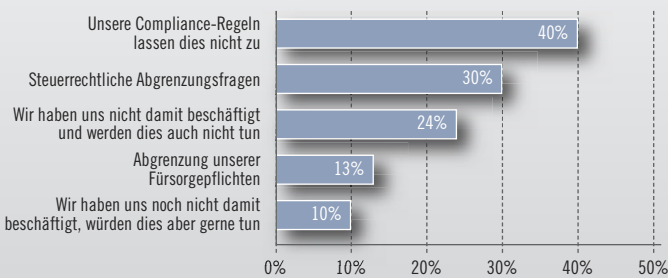


Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern



■ Kombination von Geschäftsreisen mit Privatreisen ist gestattet ■ Kombination ist nicht gestattet

Gründe, aus denen die Kombination nicht gestattet ist



– ohne ÖS –
– Mehrfachnennungen möglich –
– Unternehmen, in denen die Kombination nicht gestattet ist (unten) – © VDR

Abbildung 22

³² Vgl. www.zukunftsinstitut.de/artikel/leadership/bleisure-die-verschmelzung-von-arbeit-und-freizeit/

³³ Vgl. <https://press.airbnb.com/business-travel-announcement/>

³⁴ Vgl. www.forbes.com/sites/raquelbaldelomar/2016/12/28/bleisure-good-for-you-good-for-your-career/#65670d473bab

8 Nachhaltigkeit, betriebliche Sozialverantwortung

Durchdringungsgrad

„Verfolgt Ihr Unternehmen im Bereich Geschäftsreisen Ansätze zur Nachhaltigkeit bzw. CSR?“

Seit 15 Jahren wird soziale Verantwortung der Unternehmen (Corporate Social Responsibility = CSR) von der EU definiert als „ein Konzept, das den Unternehmen als Grundlage dient, auf freiwilliger Basis soziale Belange und Umweltbelange in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern zu integrieren“. Somit beinhaltet CSR „Maßnahmen, die die Unternehmen über ihre rechtlichen Verpflichtungen gegenüber Gesellschaft und Umwelt hinaus ergreifen.“³⁵

Im Jahr 2012 war die Anzahl der „CSR-aktiven“ Betriebe von rund 45.000 noch moderat auf circa 60.000 gestiegen. Heute verfolgen in etwa 140.000 Betriebe Ansätze zur Nachhaltigkeit und betrieblicher Sozialverantwortung. Der Anstieg zeigt die zunehmende Bedeutung der Nachhaltigkeit als strategischen Ansatz für die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen. Im Geschäftsreisebereich kann

Durchdringungsgrad 2012/2017

Anteil der Betriebe, die Ansätze zur Nachhaltigkeit bzw. CSR verfolgen

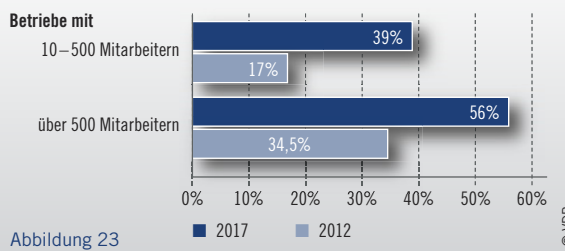


Abbildung 23

© VDR

sie Kosteneinsparungen bringen, Innovationskapazitäten verbessern, die Kundenbeziehungen sowie das Personalmanagement fördern.³⁶

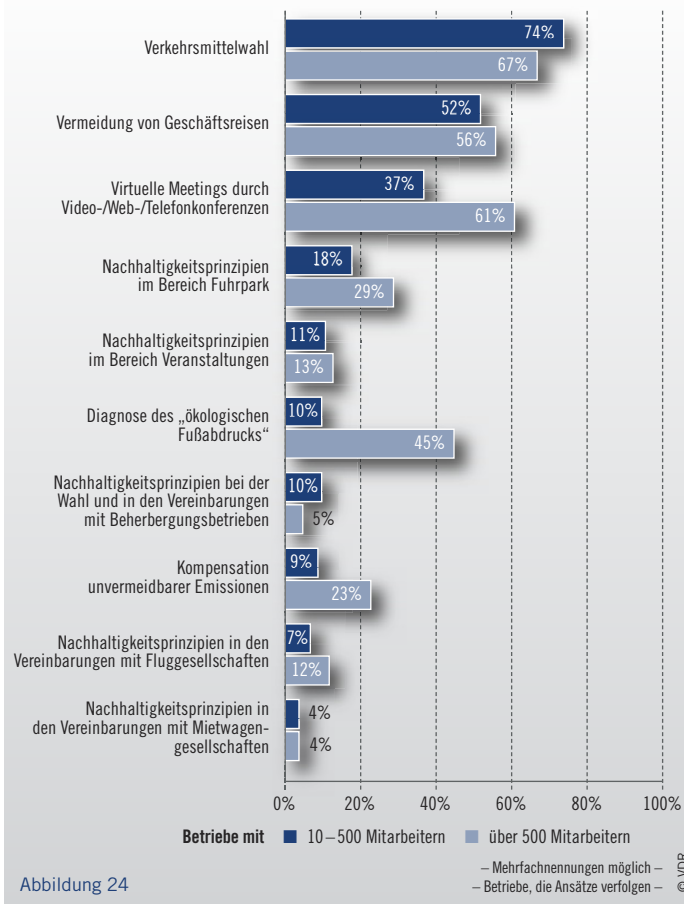
War vor fünf Jahren ein Drittel der größeren Betriebe mit über 500 Mitarbeitern im Bereich CSR bei Geschäftsreisen aktiv, sind es heute mehr als die Hälfte. Kleinere Betriebe verfolgen diese Ansätze heute mehr als doppelt so oft wie im Jahr 2012.

³⁵ Vgl. <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/?uri=CELEX%3A52011DC0681>

³⁶ Vgl. ebd.



Nachhaltigkeitsstrategien 2017



Nachhaltigkeitsstrategien

„Welche Ansätze zur Nachhaltigkeit bzw. CSR verfolgt Ihr Unternehmen im Bereich Geschäftsreisen?“

Die Wahl des Verkehrsmittels ist nach wie vor die wichtigste Nachhaltigkeitsmaßnahme. An zweiter und dritter Stelle stehen die Vermeidung und Substitution von Geschäftsreisen, zumeist mit virtuellen Meetings im Netz, per Videoübertragung oder auch herkömmlich am Telefon. Sie helfen, neben CO₂, auch direkte Kosten einzusparen.

In der EU-Politik zur Bekämpfung des Klimawandels ist das EU-Emissionshandelssystem seit 2005 ein Kernelement und das wichtigste Instrument zur kostenwirksamen Verringerung der Treibhausgasemissionen.³⁷ Den ökologischen Fußabdruck bilden in Deutschland wesentlich mehr große Betriebe (über 500 Mitarbeiter) als noch vor fünf Jahren ab – heute 45% von denen, die CSR-Ansätze verfolgen, gegenüber 7% im Jahr 2012. Nahezu vervierfacht hat sich auch die Klimakompensation durch zertifizierte Projekte (ohne Abbildung).

Der VDR-Fachausschuss Nachhaltigkeit hat in den vergangenen Jahren folgende Standardinstrumente für den Geschäftsreisebereich erarbeitet und veröffentlicht:

- VDR-Empfehlungen für grüne Elemente in der Reiserichtlinie
- VDR-Standard CO₂-Berechnung Geschäftsreise
- RFP-Nachhaltigkeit
- VDR-Wegweiser Nachhaltigkeit

Im Veranstaltungsmanagement hat sich das nachhaltige Engagement der größeren Betriebe binnen fünf Jahren um fünf Prozentpunkte nach oben bewegt. Zwischen Reise- und Veranstaltungsmanagement gibt es viele Synergien, durch deren sinnvolle Nutzung Prozesse optimiert, Kosten gesenkt und gute Entscheidungen für die Umwelt getroffen werden können, z.B. hinsichtlich Auswahl des Veranstaltungsortes, der Hotelpartner, Gestaltung der Logistik, Tagungstechnik, Stromlieferanten und des Stromverbrauchs, Unterstützung eines lokalen Caterings, der Abfallvermeidung und vieles mehr.³⁸

³⁷ Vgl. https://ec.europa.eu/clima/policies/ets_de

³⁸ Vgl. www.umweltdialog.de/de/csr-management/Gastbeitrag/2016/Wie-geht-gruenes-Eventmanagement.php

9 Sicherheit und Datenschutz

Sensibilisierungsgrad

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

Im Laufe der letzten Jahre ist es deutlich geworden: Das Thema Sicherheit ist für Gesellschaft, Wirtschaft und Politik zum Dauerbegleiter geworden. Im Jahr 2014 widmeten sich erst 46% der kleinen und mittelständischen Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern dem Thema Sicherheit auf Geschäftsreisen.

Es gibt heute eine Bandbreite von Risiken, die Reisende auf sich nehmen – ob privat oder geschäftlich unterwegs:

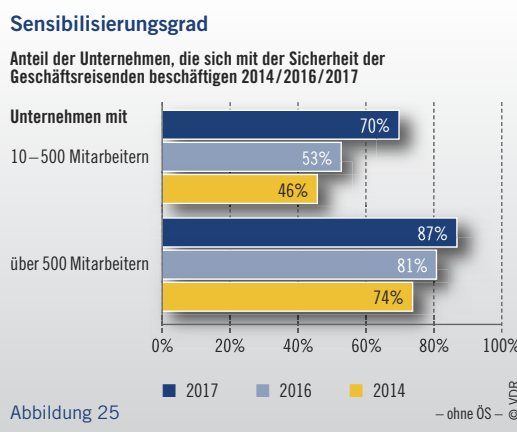
- durch politische Prozesse verursachte Risiken
- sozial bedingte „Alltagskriminalität“
- Naturkatastrophen (z.B. Stürme, Erdbeben, Erdbeben, Überflutungen)
- industrielle Gefahrenquellen (chemische, nukleare)
- gesundheitliche Risiken (z.B. Epidemien)
- transportbedingte Risiken (Streiks, Unfälle)
- Terrorismus³⁹

Seit 2015 hat die Häufigkeit von Terroranschlägen und die entsprechende Sichtbarkeit in der Berichterstattung deutlich zugenommen. Auch in Deutschland ist der islamistische Terrorismus angekommen.

Maßnahmen

„Welche Maßnahmen in Bezug auf das Thema „Sicherheit auf Geschäftsreisen“ werden den Reisenden angeboten?“

Wie schon im Vorjahr festgestellt, wird die Steuerung der Geschäftsreiseströme auf Basis der Reise-richtlinie künftig stärker an dem gestiegenen Sicherheitsbedarf ausgerichtet.⁴¹ Konkret kann das beispielsweise die Häufigkeit und Ziele der Reisen, die Auswahl der Leistungspartner, die bevorzugten Kommunikationswege betreffen. Mit der Sensibilisierung



Der Bundesverfassungsschutz verzeichnet eine unverändert hohe Gefährdungslage in Deutschland in der Zielauswahl des IS.⁴⁰

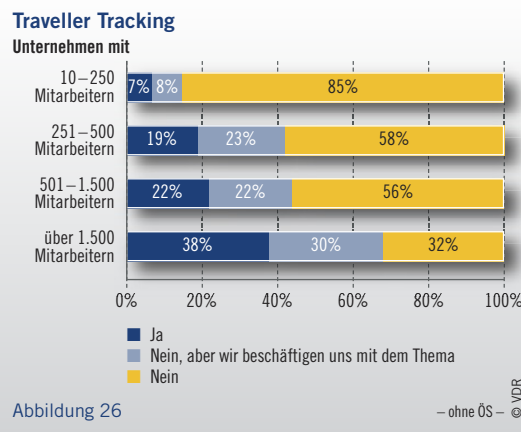
Das alles ist nicht ohne Auswirkungen für die Unternehmen geblieben: Heute beschäftigen sich bereits 70% des Mittelstandes mit Fragen der Sicherheit auf Geschäftsreisen. Bei den größeren Firmen sind es inzwischen 87%. Im öffentlichen Sektor ist das Bewusstsein ebenso angestiegen: Insgesamt ergreifen heute 62% der Organisationen Maßnahmen, um die Sicherheit ihrer Dienstreisenden zu gewährleisten.

wachsen auch Bandbreite und technischer Fortschritt der Maßnahmen, welche vor, während und nach Geschäftsreisen getroffen werden können, um die Sicherheit zu erhöhen. Nach wie vor bilden „Hinweise zum Datenschutz auf Geschäftsreisen“, „Kommunikation mit Reisenden in Gefahrensituationen“ sowie „Gesundheits- und Präventionsprogramme“ die „Top 3“ der Maßnahmen. Sicherheitstrainings für In- und Ausland sind weiterhin im Programm.

³⁹ Vgl. <http://rcm.unwto.org/es/node/23162>

⁴⁰ Vgl. www.verfassungsschutz.de/aktuelles/zur-sache/zs-2017-002-otton-maassen-islamistischer-terrorismus

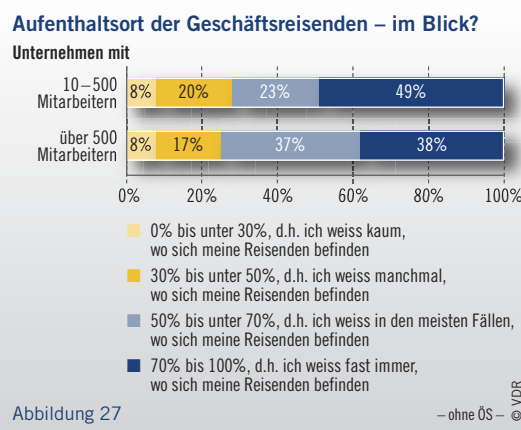
⁴¹ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 7 „Strategien im Travel Management“, Abbildung 16, Seite 16.



Traveller Tracking

„Führen Sie in Ihrem Unternehmen ‚Traveller Tracking‘ durch?“

Zum Risikomanagement unserer Zeit zählen Maßnahmen und Tools, die es Betrieben ermöglichen, ihre Mitarbeiter auf Reisen jederzeit zu lokalisieren und den Ablauf der Reise nachzuvollziehen, um vor und in Gefahrensituationen adäquat im Sinne ihrer Fürsorgepflichten zu agieren. Je größer das Unternehmen, umso häufiger der Einsatz: Das sogenannte „Traveller Tracking“ ist heute bei 38% der größten Unternehmen mit über 1.500 Mitarbeitern im Einsatz und weitere 30% beschäftigen sich damit. Im öffentlichen Sektor ist das Thema mehrheitlich noch nicht angekommen, denn 94% der Organisationen beschäftigen sich (noch) nicht damit.



„Wie viel Prozent der Reisezeit Ihrer Geschäftsreisenden haben Sie schätzungsweise immer im Blick, d.h. wissen Sie immer genau, wo sich Ihre Geschäftsreisenden befinden?“

Die Hälfte der Verantwortlichen von kleineren Firmen weiß nahezu jederzeit, wo sich die Mitarbeiter auf ihrem Business Trip befinden. Die Größeren trauen sich diese Aussage etwas seltener zu (38%). Bei den Unternehmen, die „Traveller Tracking“ durchführen ist der Prozentsatz mit 83% erwartungsgemäß höher.

„Was sind die Gründe dafür, dass Sie nicht immer wissen, wo sich Ihre Reisenden befinden?“

Ein Teil der Unternehmen hat sich mit dem Thema „Traveller Tracking“ noch nicht beschäftigt (36%) oder die Zuständigkeit ist nicht beim Geschäftsreiseverantwortlichen angesiedelt (22%) – so ist die Sachlage eher in kleineren Firmen. Bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern sind Direktbuchungen der am häufigsten genannte Störfaktor (35%); jedes System kann nur so gut sein, wie es die hineingefütterten Daten erlauben. Datenschutzgründe nennt jeder vierte Befragte.

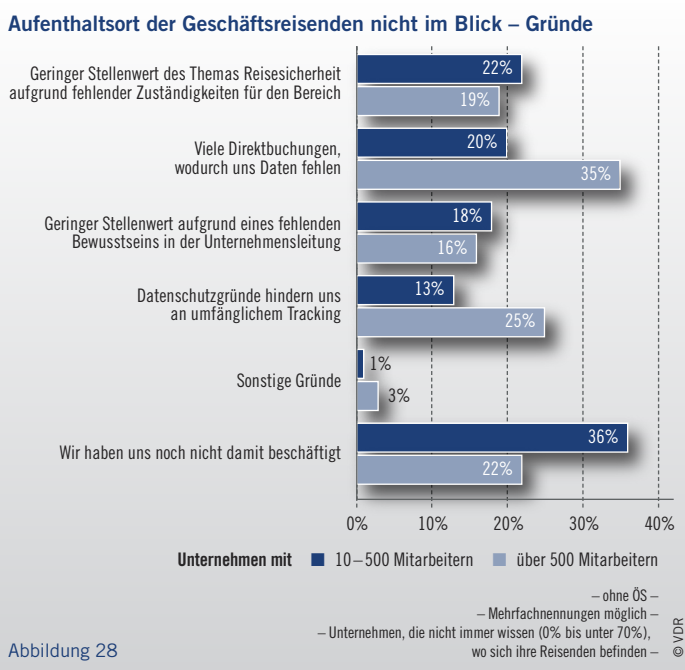


Abbildung 28

„Welche der Buchungsdaten liegen Ihnen vollständig und in Echtzeit vor?“

Verbesserungspotenziale bestehen offensichtlich in den Schnittstellen mit Leistungsträgern: Ob Übernachtung, Bahnreise, Flug oder Mietwagen – in keinem Bereich liegen die Buchungsdaten schon komplett während der Reise im Unternehmen vor. Mit 81% schneidet hier der Flugbereich in größeren Unternehmen am besten ab.

Taxifahrten werden meistens am kurzfristigsten und ohne vertragliche Vorverbindungen organisiert, daher wundert es nicht, dass der Reisende hier zeitweilig aus dem Blick verschwindet. Das im Vorjahr genannte größte Manko von Sharing-Economy-Diensten⁴² – Sicherheitsbedenken – wird auch hier deutlich: Der Anteil der „Travel Manager mit Durchblick“ ist im Car-Sharing-Bereich noch marginal.

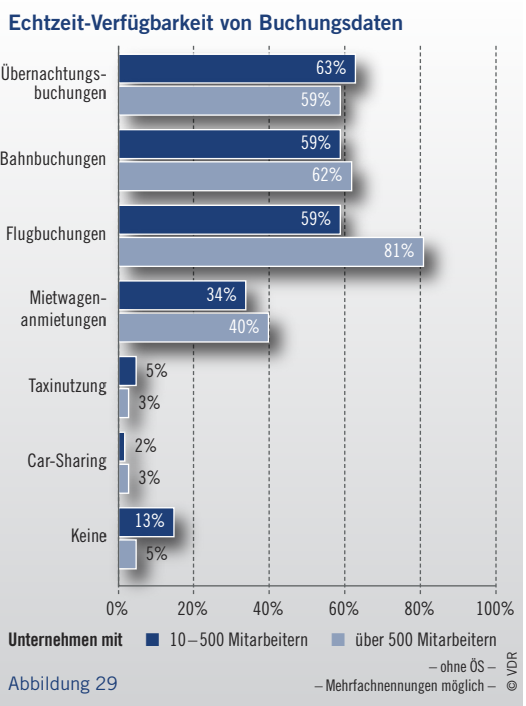


Abbildung 29

⁴² VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016, Kapitel 9 „Trends“, Abbildung 28, Seite 23.

10 Ausblick 2018

Entwicklung des Geschäftsreisevolumentens

„Wie wird sich die Anzahl der Reisen Ihres Unternehmens im Jahr 2018 im Vergleich zum Jahr 2017 verändern?“

Waren die Planungen der Geschäftsreiseverantwortlichen im Vorjahr von Konsolidierung und punktueller Zurückhaltung der Reisehäufigkeit geprägt, scheint sich dieser Trend nicht fortzusetzen: Für das Jahr 2018 rechnen die meisten mit gleichbleibenden bis steigenden Reiseaktivitäten, was sich insbesondere im Hotel- und Flugbereich bemerkbar machen dürfte. Am stabilsten sind die Prognosen für die Bahnnutzung – Inlandsreisen bleiben das Rückgrat deutscher Geschäftsreisetätigkeit. Infolge der globalen politisch-wirtschaftlichen Großwetterlage sind Aussagen über die Entwicklung in der nahen Zukunft insgesamt etwas schwieriger geworden. Der Anteil derjenigen, die keine Vorhersage treffen können, ist gestiegen – insbesondere in kleineren Unternehmen.

Das globale Wirtschaftswachstum wird im kommenden Jahr von den für 2017 prognostizierten 3,3% voraussichtlich auf etwa 3,6% leicht ansteigen, aber Risiken werden von der OECD u.a. im steigenden Protektionismus sowie in der Trennung zwischen Marktbewertungen und realen Aktivitäten gesehen.⁴³ Die Bundesregierung sieht in ihrer Jahresprojektion für 2018 ein Wachstum von real 1,6%, mit der binnenwirtschaftlichen Entwicklung weiterhin als Haupttriebfeder. Bis zum Jahr 2021 wird ein jahresdurchschnittliches Wachstum des Bruttoinlandsprodukts von rund 1,5% erwartet.⁴⁴

Die Zukunft fest im Blick: Als Wirtschaftsverband und größtes Netzwerk für geschäftliche Mobilität in Deutschland will der VDR mit der Innovationskraft seiner Mitglieder Lösungsansätze für drängende Fragen unserer Zeit finden und gemeinsam mit der Kompetenz und Erfahrung der Expertinnen und Experten aus den Mitgliedsunternehmen selbst Maßstäbe setzen. Mit aktivem Mobilitätsmanagement kann die Zukunft vielfältig mitgestaltet werden – es lohnt sich.

Geschätzte Entwicklungen Übernachtungen und Verkehrsmittel 2017/2018

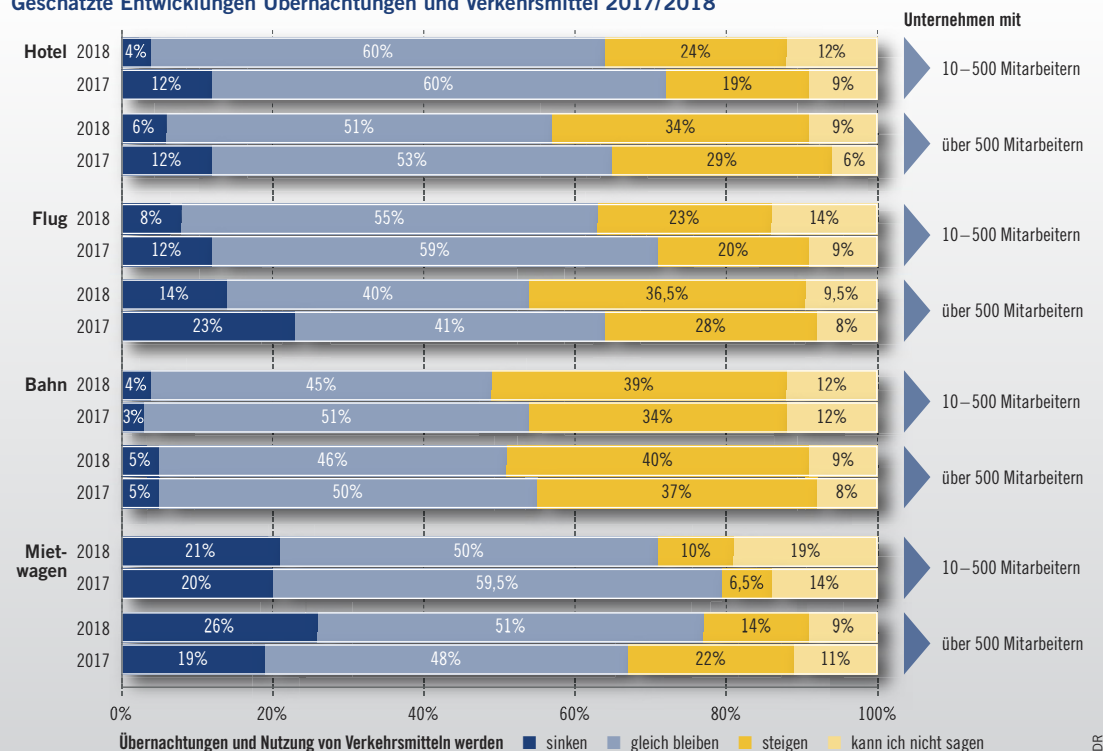


Abbildung 30

⁴³ Vgl. OECD: Interim Economic Outlook, 07.03.2017.

⁴⁴ Vgl. Bundesministerium der Finanzen: Eckwertebeschluss der Bundesregierung zum Regierungsentwurf des Bundeshaushalts 2018 und zum Finanzplan 2017 bis 2021, 15.03.2017.

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.

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

Summe	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit ... Beschäftigten)									
	10–250		251–500		501–1.500		über 1.500		Gesamt	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
	439.175	15.554.619	9.072	3.119.914	4.242	3.354.194	1.205	3.550.814	453.694	25.579.541

– Stand: 2016 –
– ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten –
Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg. Berechnung anhand der WZ08 (2015 und 2016) und der WZ03 (2008) © VDR

Tabelle 2

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und März 2017 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 die Antworten auf qualitative Fragen die zum Zeitpunkt der Befragung aktuelle Situation wider, alle anderen basieren auf den Zahlen des Jahres 2016. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 2, oben).

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

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

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

Aufgabenbereich der Interviewpartner 2017

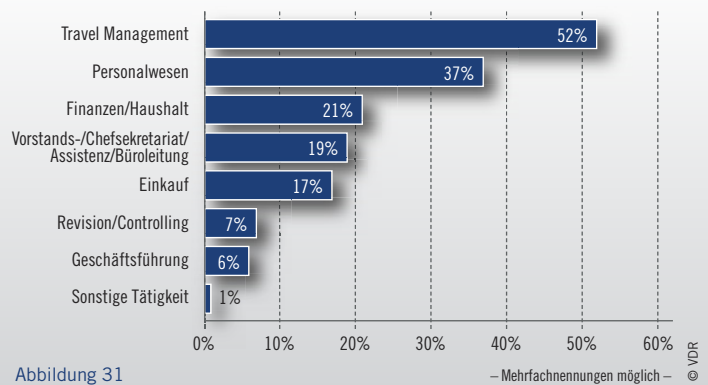


Abbildung 31

Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2017

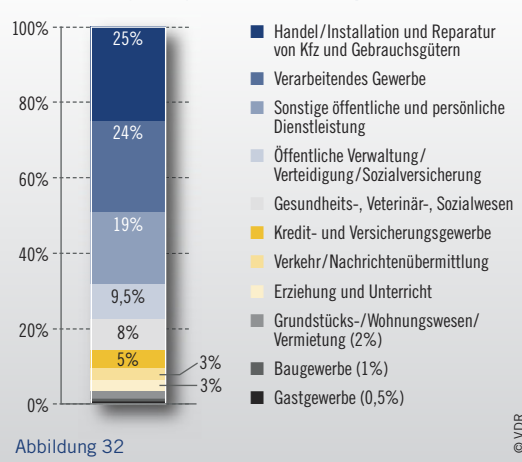


Abbildung 32

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, René Vorspohl, Viola Eggert (VDR) und Claudia Mock (United Research) arbeiten mit der Projektleiterin Kirsi Hyvaerinen (PRÄTTO 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, Ralph Rettig und Christoph Carnier 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 über 550 Mitgliedsunternehmen einen Gesamtumsatz im Geschäftsreisebereich von jährlich mehr als zehn Milliarden Euro.

Impressum

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007–2017) 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 2017 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) 2017 All rights reserved.
Originalausgabe 2017

Layout

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

Druck

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



ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID: 53372-1605-1001

Diese Broschüre wurde klimaneutral gedruckt auf zertifiziertem Papier aus Recyclingfasern

WACHEN SIE AUF DER RICHTIGEN SEITE AUF.

In unseren nach vorne gerichteten Flat-Bed Sitzen mit direktem Zugang zum Gang wachen Sie ausgeruhter auf. Erleben Sie die Delta One® Kabinenausstattung auf allen Nonstop-Flügen in die USA.

DELTA.COM



© 2017 Delta Air Lines, Inc.

KEEP CLIMBING
 DELTA 

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



ACCORHOTELS
Feel Welcome

**Carlson
Wagonlit
Travel**



CONCUR



DELTA

business by
easyJet



**ITB
BERLIN**