


**VDR**

Verband Deutsches  
Reisemanagement e.V.



# **VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014**

**12. Ausgabe**



Wissen Sie wofür Ihr  
Reisekostenbudget  
ausgegeben wird?



Schaffen Sie Transparenz mit der  
smarten Komplettlösung von Concur



Erfahren Sie mehr unter [www.concur.de](http://www.concur.de)

# Inhalt

<b>Mobilitätsmanagement für Menschen im Mittelpunkt</b> .....	<b>2</b>	<b>5. Management von Veranstaltungen</b> .....	<b>16</b>
Die Eckdaten.....	2	Veranstaltungsarten.....	16
Wichtige Ergebnisse auf einen Blick.....	3	Zuständigkeiten.....	16
<b>1. Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen</b> .....	<b>4</b>	Verhandlung von Rahmenverträgen.....	16
Anzahl.....	4	<b>6. Buchung und Abrechnung</b> .....	<b>17</b>
Geschäftsreisende.....	4	Buchung von Geschäftsreisen.....	17
Kosten.....	4	Reisekostenabrechnung.....	17
Etats.....	5	Hotelportale.....	17
Dauer.....	5	Veranstaltungsbuchungen.....	17
<b>2. Struktur der Geschäftsreisekosten</b> .....	<b>6</b>	<b>7. Sicherheit und Datenschutz</b> .....	<b>19</b>
Durchschnittskosten pro Geschäftsreise.....	6	Relevanz.....	19
Tagesausgaben.....	6	Verantwortlichkeit.....	20
Durchschnittskosten pro Jahr.....	6	Maßnahmen.....	20
Einsparungen.....	7	<b>8. Ausblick 2015</b> .....	<b>21</b>
Flugreisen.....	7	Entwicklung des Geschäftsreisevolumens.....	21
Kostenbereiche.....	8	Zielländer 2015.....	22
<b>3. Übernachtungen</b> .....	<b>9</b>	<b>Methodik und Impressum</b> .....	<b>23</b>
Anzahl.....	9	Das Forschungsteam.....	23
Übernachungskategorien.....	9	Methodik.....	23
<b>4. Strategien im Travel Management</b> .....	<b>11</b>	Impressum.....	24
Verantwortungsbereich Travel Management.....	11		
Richtlinien.....	12		
Gestaltung effizienter Geschäftsreisen.....	13		
Erfolgsmessung.....	15		
Bonusprogramme.....	15		

## Mobilitätsmanagement für Menschen im Mittelpunkt

Geschäftliche Mobilität und deren Management steuern Kernressourcen der Wirtschaft: Nicht nur die Finanzen – auch die sinnvolle Nutzung von Zeit und die Menschen hinter den Zahlen rücken in den Mittelpunkt des modernen Mobilitätsmanagements. Welche strategischen Koordinaten setzen die Betriebe heute, um auch morgen erfolgreich und ressourcenschonend mobil zu sein? Wie teuer kommt den deutschen Unternehmen eigentlich die Luftverkehrssteuer zu stehen? Gibt es Lücken bei der Vorsorge für Sicherheit und Datenschutz auf Geschäftsreisen? Was ist wichtig beim Verhandeln und Buchen von Veranstaltungen?

Die Themen der zwölften VDR-Geschäftsreiseanalyse sind so vielfältig wie die heutigen Aufgaben eines Mobilitätsmanagers. Schon lange sind Reise, Flotte und Tagungen/Konferenzen (MICE) keine streng getrennten Einheiten mehr. Die Zukunft heißt „Mobilitätsmanagement“: Die einzelnen Bereiche bleiben bestehen, da das spezifische Know-how nach wie vor unverzichtbar ist. Synergien werden jedoch genutzt, um Prozesse zu verschlanken und Kosten zu sparen.

Dieser ganzheitliche Blick auf die betriebliche Mobilität gewährleistet eine bedarfsgerechte Mobilitätsgarantie. Die Herausforderung besteht darin, Prozesse und Befindlichkeiten zusammen zu bringen, dann wird der Mobilitätsmanager zum Mehrwert Schaffenden für die Reisenden, das Unternehmen und die Umwelt. Der VDR unterstützt diese Entwicklung, indem er sich auf die Synergien im Management von geschäftlichen Reisen, Fuhrpark sowie MICE konzentriert und sich damit als Ansprechpartner für die gesamte geschäftliche Mobilität breit und zukunftsgerichtet aufstellt.

### 2012

9,4 Mio. Geschäftsreisende  
166,3 Mio. Geschäftsreisen  
46,7 Mrd. Euro  
140 Euro

### Die Eckdaten

2013 gab es 10 Millionen Geschäftsreisende <sup>1</sup>	+ 6,4 %
171,1 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von	+ 2,9 %
48,2 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit	+ 3,1 %
148 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag.	+ 5,4 %



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

<sup>1</sup>Beschäftigte eines Unternehmens oder einer Organisation des öffentlichen Sektors, die mindestens eine Geschäftsreise beziehungsweise Dienstreise im Jahr unternahmen.

# Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

## Langsam, aber sicher

Deutschland ist laut Analysen der Global Business Travel Association der größte Geschäftsreisemarkt in Europa.<sup>2</sup> Er ist erneut gewachsen, jedoch wie die gesamte Wirtschaft mit angezogener Handbremse. Die Anzahl der Geschäftsreisen ist von 2012 auf 2013 um 2,9% gestiegen. Damit ist das Vorkrisen-Niveau trotz anhaltender Herausforderungen am Markt überschritten. Kürzere Reisen, weniger Flüge und Übernachtungen im Ausland deuten an, dass deutsche Unternehmen<sup>3</sup> mehr im Inland unterwegs waren (Abbildungen 1, 4, 7 und 9, Seiten 4 ff.).

## Travel Management bewährt sich

Die Mehrheit der Travel-Management-Abteilungen konnte im vergangenen Jahr mindestens jeden zehnten Euro einsparen. Im Fünfjahresvergleich ist das Reisevolumen der größeren Unternehmen um 17% gewachsen – ihre durchschnittlichen Geschäftsreisekosten jedoch nur um 10%. Die Lorbeeren für diesen Erfolg erntet der Travel Manager, den es in drei Viertel dieser Firmen gibt (Tabelle 2, Abbildung 6, Seiten 6 und 7).

## Melkkuh Luftverkehr?

Bei rund jeder vierten Reise spielt der Verkehrsträger Flugzeug eine Rolle. Im Vergleich zu 2012 ist der Anteil jedoch um 4,5% gesunken. Welchen Einfluss hat darauf wohl die Luftverkehrssteuer? Abschreckend sind die Zahlen jedenfalls: Deutsche Betriebe geben jährlich schätzungsweise 400 bis 550 Millionen Euro für die Abgabe aus (Abbildung 7, Seite 7).

## Drei glänzende Sterne

Vergangenes Jahr sahen 58% der größeren Firmen Einsparmöglichkeiten im Übernachtungsbereich. Der anhaltende Zuwachs in der 3-Sterne-Kategorie im Inland beweist die erfolgreiche Umsetzung dieser Sparmaßnahmen. Ähnlich wie bei Flugreisen hat sich die Nachfrage im Übernachtungsbereich grundlegend verändert: „Im Inland geht's günstiger“ (Abbildungen 10 – 11, Seiten 9 und 10).

## Mobilität braucht Management

Reisekostenabrechnung, Veranstaltungsmanagement, mobile Kommunikation sowie Sicherheit, Versicherungen und Gesundheit der Reisenden gehören in immer mehr Unternehmen zu den Aufgabenbereichen eines Travel Managers. Damit bestätigt sich der Trend zum ganzheitlichen Mobilitätsmanagement (Abbildung 13, Seite 11).

## Meine Boni, deine Boni

Nur zwei von fünf Firmen mit eigener Abteilung Travel Management und im öffentlichen Sektor jede dritte Organisation verlangen, die auf Geschäftsreisen gesammelten Punkte und Meilen für weitere dienstliche Buchungen zu nutzen. Und 93% der Unternehmen, die diese Boni ihren Mitarbeitern schenken, planen, dies auch künftig zu tun (Abbildung 18, Seite 15).

## Quo vadis, Sicherheit?

Über die Hälfte der Mittelständler kümmert sich noch nicht explizit um Sicherheit und Datenschutz bei Geschäftsreisen. Je höher jedoch das Reisevolumen, desto größer die Einsicht und das Wissen um die gesetzlichen Verpflichtungen. Heute ist die Fürsorge Aufgabe jedes zweiten Travel Managers (Abbildungen 13 und 22, Seiten 11 und 19).

## Auf Zehenspitzen in die Zukunft

Analog zu gesamtwirtschaftlichen Erwartungen prognostiziert die Mehrheit deutscher Geschäftsreiseverantwortlicher gleich bleibende oder steigende Reisevolumina für das kommende Jahr. Auch wenn der Euro-Raum die Finanzkrise fast verdaut hat, werden Prognosen durch die Unsicherheiten außerhalb Europas gedämpft. Wie sich die Geschäfte entwickeln werden, lässt sich an geplanten Reisen ablesen. Die Top-Zielländer 2015 bleiben USA, China und Frankreich (Abbildungen 23 und 24, Seiten 21 und 22).

<sup>2</sup> Vgl. GBTA BTI™ Outlook Western Europe H1 2014.

<sup>3</sup> Zum Unterschied zwischen Unternehmen/Firmen und Betrieben vgl. Methodik sowie Infobox, Seiten 2 und 23.

# 1. Eckdaten und Kennzahlen

<sup>4</sup> Vgl. Pressemitteilung des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 15. Januar 2014.

<sup>5</sup> Wenn im Rahmen dieser Analyse vom „Mittelstand“ gesprochen wird, sind damit Unternehmen mit 10 – 500 Beschäftigten gemeint. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sind Unternehmen mit 10 – 250 Mitarbeitern. Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006, „Begriffserläuterungen A – Z“, Seite 40.

<sup>6</sup> Prozentualer Anteil von Beschäftigten im Betrieb, die mindestens eine Geschäftsreise im Jahr tätigen.

<sup>7</sup> Vgl. Ergebnisdokumentation VDR-TrendsPort 2013: Um ihr „Human Capital“ zu erhalten, erweitern Arbeitgeber ihre Sorgfaltspflicht explizit auf die ältere Bevölkerungsgruppe. Dazu gehört auch „altersgerechtes“ Reisen, das sich als Trend noch zusätzlich durch die Konzentration auf die individuellen Bedürfnisse des Geschäftsreisenden manifestiert.

## Anzahl

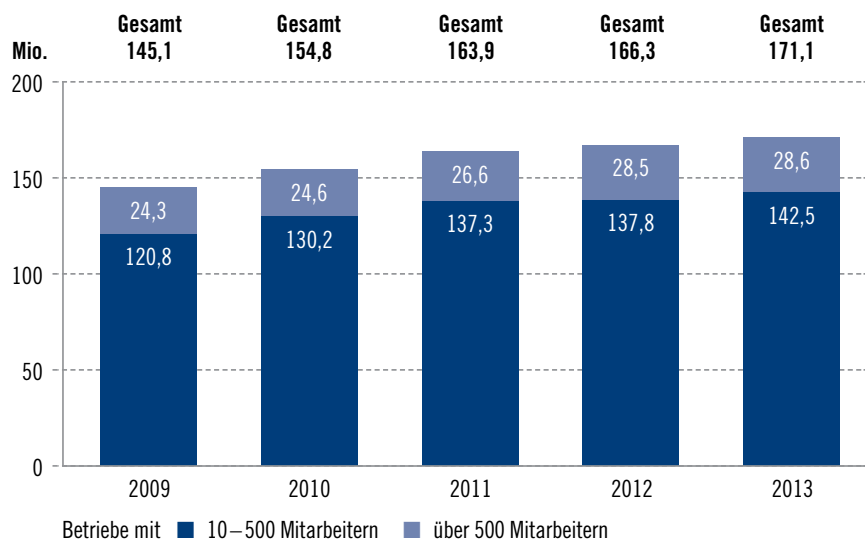
### „Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2013 in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation durchgeführt?“

Die deutsche Wirtschaft ist 2013 erneut nur noch gemäßigt gewachsen. Die anhaltende Rezession in einigen europäischen Ländern und eine geringe weltwirtschaftliche Entwicklung haben das Wachstum gebremst. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) stieg um 0,4%.<sup>4</sup>

Der Geschäftsreisemarkt hat sich analog dazu nur verhalten entwickelt: Die Anzahl der Geschäftsreisen in Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern ist von 2012 bis 2013 um 2,9% gestiegen. Trotz allem ist das Vorkrisenniveau damit überschritten. Während im vergangenen Jahr vor allem die größeren Unternehmen mehr unterwegs waren, ist die Anzahl der Geschäftsreisen in 2013 bei den Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern leicht gesunken, im Mittelstand<sup>5</sup> dagegen um 3,1% gestiegen. Noch reisefreudiger war der öffentliche Sektor (plus 4,4%).

## Anzahl der Geschäftsreisen 2009–2013

Abbildung 1



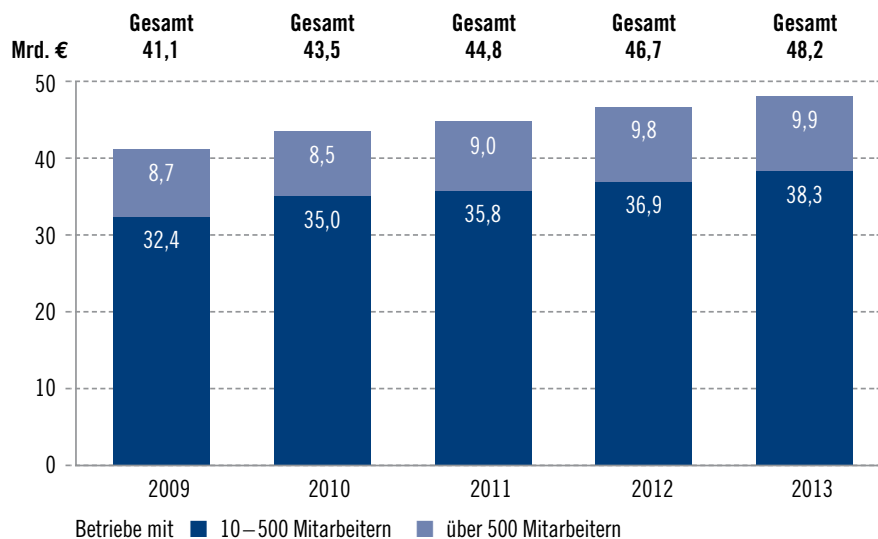
## Geschäftsreisende

### „Wie viele Geschäftsreisende gibt es?“<sup>6</sup>

Die Anzahl der Geschäftsreisenden ist um 6,4% auf 10 Millionen gestiegen – im Durchschnitt war jeder dritte Beschäftigte im vergangenen Jahr mindestens ein Mal dienstlich unterwegs. Die größten Unternehmen sind rücksichtsvoll mit ihren Mitarbeitern umgegangen: Sie verteilten die Verpflichtungen kontinuierlich auf mehr Beschäftigte (2011: 24% bis 2013: 34%) und wurden so den Anforderungen an mehr Rücksicht auf den Reisenden als Mensch gerecht.<sup>7</sup>

## Gesamtkosten der Geschäftsreisen 2009–2013

Abbildung 2



## Kosten

### „Wie hoch waren im Jahr 2013 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

Mit 48,2 Milliarden Euro liegen die Kosten für Geschäftsreisen in etwa auf dem Niveau des Vorkrisen-Jahres 2007. Sie sind mit 3,1% ungefähr gleich stark gestiegen wie die Anzahl. Der öffentliche Sektor hat besonders gut gehaushaltet (Kostenzunahme um 1,5% bei 4,4% mehr Dienstreisen). Insgesamt zeigt sich eine Zurückhaltung, die vor allem bei Unternehmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern deutlich wird: Sie haben die Zahl ihrer Geschäftsreisen um 0,8% und ihre Kosten um 2,3% gesenkt.

## Etats

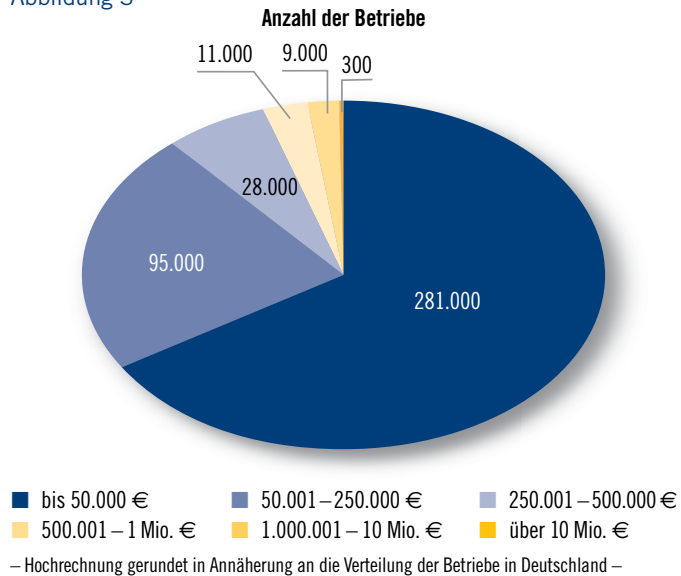
### „Wie verteilen sich im Jahr 2013 die Geschäftsreisetas nach Betriebsgröße?“

In den Jahren nach der Krise sind die Budgets für geschäftliche Mobilität gestiegen. Etwa 48.300 Betriebe steuern heute einen Mobilitätsetat von einer Viertelmillion Euro und darüber.

Kleine und mittelständische Betriebe mit geringerem Budget von bis zu 250.000 Euro bleiben jedoch die Basis des deutschen Geschäftsreisemarktes.

### Aufteilung der Betriebe nach Größe des Etats für Geschäftsreisen 2013

Abbildung 3



## Dauer

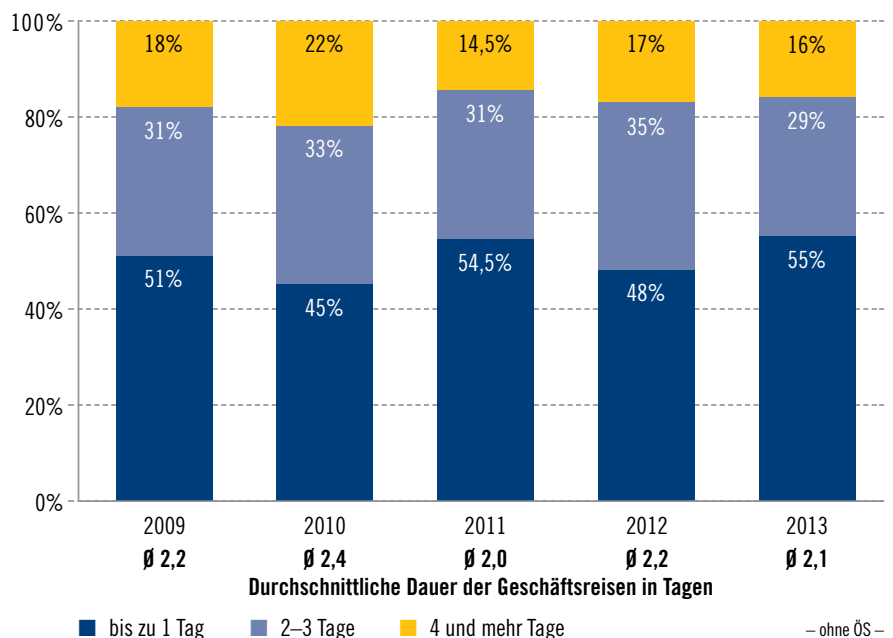
Die Anzahl der Geschäftsreisen ohne Übernachtung ist wieder gestiegen. Diese Entwicklung bestätigt die Prognose der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2013, dass seit der Finanz- und Wirtschaftskrise „eine gestiegene Sensibilität in der Planung und im Einkauf von Reiseleistungen“ beibehalten wird.<sup>8</sup>

Dennoch: Je größer das Unternehmen, desto länger die geschäftlichen Reisen. Bei großen Unternehmen dauern Geschäftsreisen im Durchschnitt 0,4 Tage länger als bei kleinen. Während jede zweite Reise in größeren Unternehmen zwei Tage oder länger dauerte, waren 61 % der Geschäftsreisen von kleinen und mittelständischen Unternehmen Eintagesreisen.

Im öffentlichen Sektor war das in den vergangenen Jahren bereits so. Und auch in 2013 waren Bedienstete zu 73 % auf kurzen Dienstreisen.

### Dauer der Geschäftsreisen 2009–2013

Abbildung 4

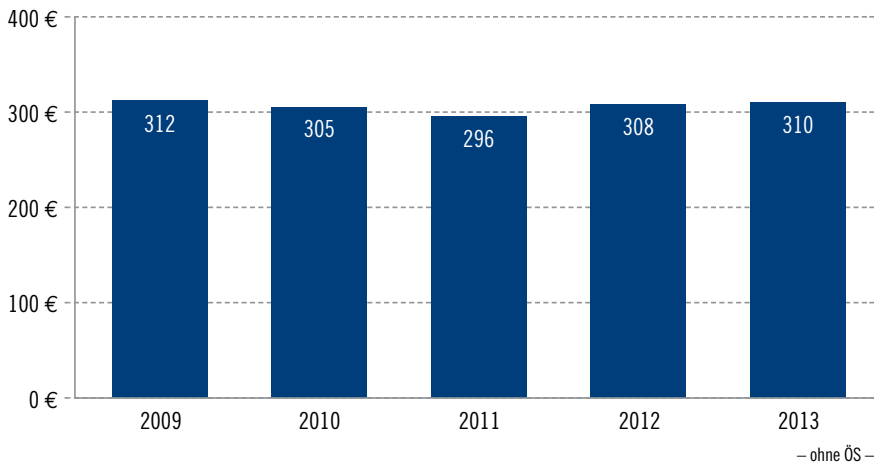


<sup>8</sup>VDR-Geschäftsreiseanalyse 2013, Kapitel 8 „Entwicklung des Geschäftsreisevolumens“, Abbildung 21, Seite 19.

## 2. Struktur der Geschäftsreisekosten

### Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2009–2013

Abbildung 5



### Geschäftsreisen und Urlaubsreisen\* im Vergleich: Tagesausgaben 2009–2013

Tabelle 1

Ausgaben pro Person und Tag	Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2013	148 €	73 €
2012	140 €	73 €
2011	148 €	70 €
2010	127 €	70 €
2009	142 €	67 €

\* Eigene Berechnungen, in Anlehnung an F.U.R., Hamburg/Kiel: Reiseanalysen 2010 – 2014. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag; nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

<sup>9</sup>Vgl. F.U.R., Hamburg/Kiel: Reiseanalysen 2010 – 2014.

<sup>10</sup>VDR-Geschäftsreiseanalyse 2012, Kapitel 1 „Zehn Jahre VDR-Geschäftsreiseanalyse“, Seite 5.

<sup>11</sup>Travel Management nicht unbedingt als eigener Verantwortungsbereich, vgl. Abb. 12, Seite 11.

<sup>12</sup>Vor allem bei den indirekten Kosten steckt viel Einsparpotenzial. Typische Ansatzpunkte sind zum Beispiel umständliche Genehmigungsverfahren, aufwendige Buchungswege und überholtes Vorschusswesen. Durch entsprechende Tools im Travel Management können Reisen und Reiseverhalten gezielt gesteuert werden. Dadurch werden Einsparpotenziale ausgeschöpft und Prozesse deutlich verbessert.

### Durchschnittskosten pro Jahr

Travel Management lohnt sich. Drei Viertel der größeren Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern beschäftigen einen Travel Manager<sup>11</sup>. Und das mit Erfolg: Das Reisevolumen bei diesen Unternehmen ist in den vergangenen

### Durchschnittskosten

Längere Reisen haben dafür gesorgt, dass die Durchschnittskosten pro Reise in 2012 um 3,8% gestiegen waren – im vergangenen Jahr aufgrund der vielen Eintagesreisen und eines härteren Preiskampfes nur noch um 0,7%.

### Tagesausgaben

Gestiegene Durchschnittskosten und kürzere Reisen haben dazu geführt, dass ein Geschäftsreisender 2013 durchschnittlich mehr Geld pro Tag ausgegeben hat (2012: 140 Euro, 2013: 148 Euro), während bei den Urlaubsreisen sowohl die durchschnittlichen Ausgaben pro Reise (2013: 73 Euro) als auch die Dauer (2013: 12,4 Tage) stagnierten.<sup>9</sup> Diese Ausgaben bleiben hauptsächlich in Deutschland<sup>10</sup> und kurbeln damit die Wirtschaft mit an – regional verteilt und saisonal unabhängig werden Arbeitsplätze geschaffen und erhalten. Geschäftsreisende sind relativ unflexibel an feste Termine gebunden. Sie bringen unter der Woche sowie zu Kongress- und Messezeiten hohe Umsätze. Damit subventionieren sie indirekt die urlauberfreundliche Preisgestaltung der Hotels und Airlines an Wochenenden.

fünf Jahren um 17% gewachsen – ihre durchschnittlichen Geschäftsreisekosten jedoch nur um 10%. Die Einsparung der Kosten in Unternehmen mit Travel Manager ist höher als in anderen.<sup>12</sup>

### Durchschnittliche Geschäftsreisekosten der Unternehmen 2009/2013

Tabelle 2

Unternehmen mit	Durchschnittliche Geschäftsreisekosten		Veränderung		Anteil Travel Manager in Unternehmen 2013
	2009	2013	der durchschnittlichen Geschäftsreisekosten	des durchschnittlichen Geschäftsvolumens	
10–500 Mitarbeitern	96.000 €	107.000 €	+ 12%	+ 11%	26%
über 500 Mitarbeitern	2.250.000 €	2.470.00 €	+ 10%	+ 17%	73%

– ohne ÖS –

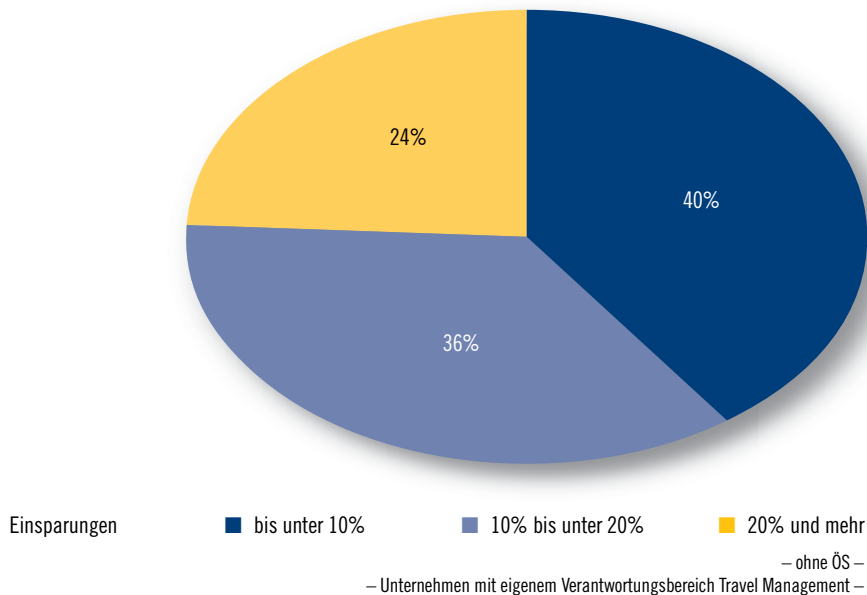


## „Welche Einsparungen erzielten Travel Manager?“

Die Mehrheit der Travel-Management-Abteilungen kann pro Jahr mindestens jeden zehnten Euro einsparen. Trotz der aussichtslosen Prognose für weitere Kostensenkungen vor zwei Jahren<sup>13</sup> finden einfallsreiche Geschäftsreiseverantwortliche nach wie vor Strategien, mit denen sich intelligentes Mobilitätsmanagement auszahlt. Das Optimierungspotenzial ist erkannt.

### Einsparungen durch Travel Management zwischen 2012 und 2013

Abbildung 6



## Flugreisen

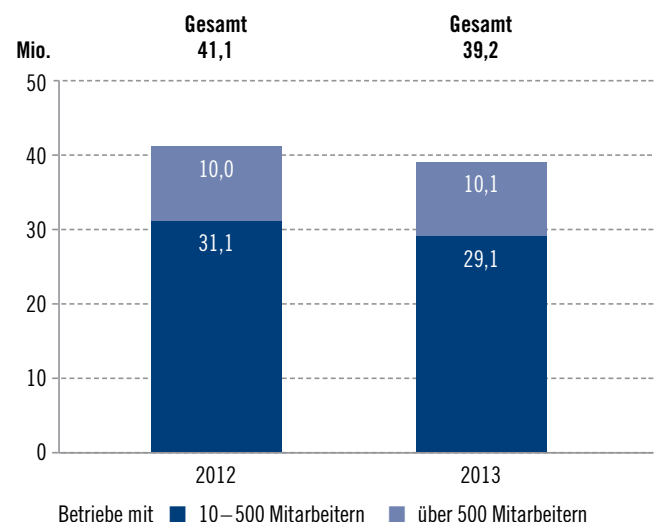
Ineffizienzen der Reiseprozesse wie Warteschlangen an Sicherheitskontrollen, Verspätungen, aber auch unklare Reisekostengesetze führen ebenso wie zusätzliche Abgaben und Gebühren zu erhöhten Kosten bei den Unternehmen.

So auch die Luftverkehrssteuer, die bei rund 40 Millionen Geschäftsreisen jährlich anfällt. Die Anzahl der Geschäftsreisen mit Fluganteil ist im vergangenen Jahr um 4,5% gesunken.

Angesichts der Verteilung auf Inland-, Europa- und Interkontinental-Flüge ergeben sich aus den aktuellen Sätzen für die Luftverkehrsabgabe geschätzte jährliche Zusatzbelastungen für deutsche Betriebe in Höhe von 400 bis 550 Millionen Euro.<sup>14</sup>

### Anzahl der Geschäftsreisen mit Fluganteil 2012–2013

Abbildung 7



<sup>13</sup> „Neun von zehn Befragten sehen das Ende der Fahnenstange für Kostensenkungen erreicht.“, VDR-Geschäftsreiseanalyse 2012, Kapitel 6 „Kostensenkungspotenziale“, Abbildung 15, Seite 20.

<sup>14</sup> Berechnet mit den aktuellen Steuersätzen sowie Anzahl Tickets deutscher Betriebe – Datenbasis national-kontinental-interkontinental, mit freundlicher Unterstützung von AirPlus International.

## Kostenbereiche

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

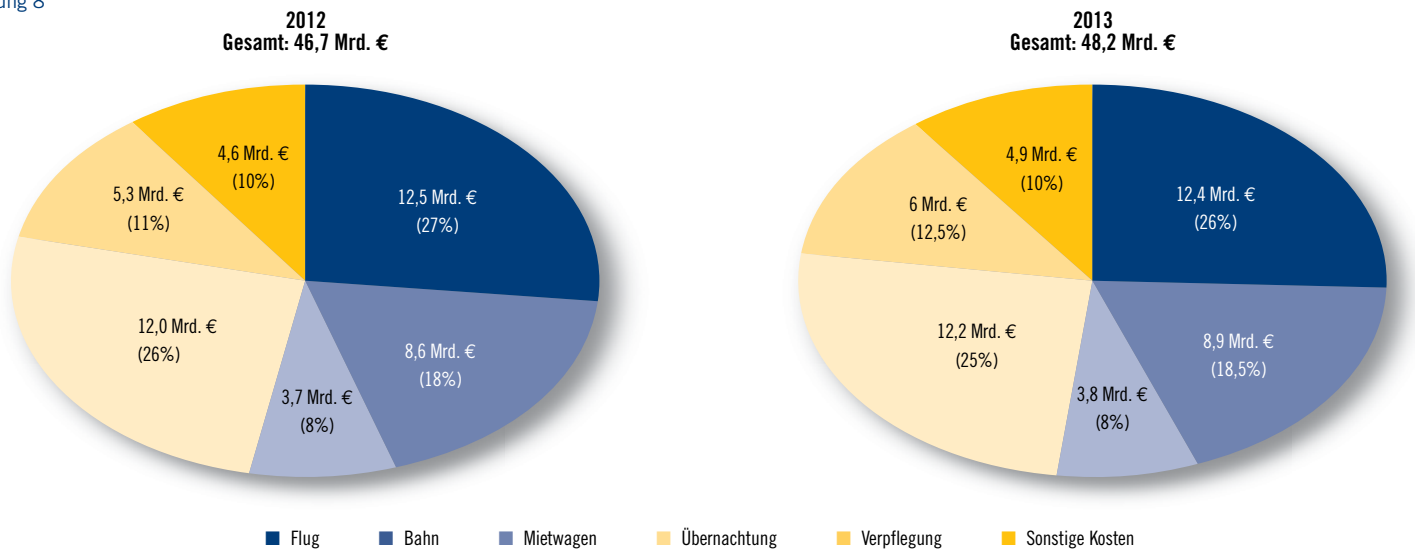
Die Verteilung der Kosten auf die Hauptausgabenbereiche überrascht auch in diesem Jahr nicht mit großen Veränderungen. Der deutlichste Anstieg zeigt sich bei den Verpflegungskosten.

Jeder vierte Euro wird für Übernachtungen beziehungsweise Flugtransporte ausgegeben. Im Transportbereich sind kürzere Reisen der Bahn zu Gute gekommen.

Die „sonstigen Kosten“ sind um 0,3 Milliarden Euro angestiegen – hier schlummern Sparpotenziale, die jedoch durch ihre Vielfalt möglicherweise am schwierigsten zu erschließen sind. Unter „sonstige Kosten“ fallen Kosten für Parken, Taxi, ÖPNV, Kilometerpauschalen bei Privat-Nutzung von Firmenwagen, Teilnahmegebühren bei Veranstaltungen, Kraftstoff, Telefon, Bewirtung (sofern nicht unter „Verpflegung“ erfasst), Internetnutzung/WLAN, Kreditkarten-Entgelte (z.B. Auslandseinsatz), Aufmerksamkeiten/Geschenke und Reisebüro-Serviceentgelte.<sup>15</sup>

### Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2012/2013

Abbildung 8



<sup>15</sup> Zur Verteilung der sonstigen Kosten vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2010, Abbildung 6, Seite 8.

# 3. Übernachtungen

## Gesamtentwicklung

**„Wie hoch war die Anzahl der Übernachtungen („room nights“) der Mitarbeiter Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen und wie verteilt sich die Anzahl von Übernachtungen auf inländische und ausländische Beherbergungsbetriebe?“**

Die Anzahl der Übernachtungen deutscher Betriebe stieg im Jahr 2013 nur marginal um 0,5%. Mehr kurze Reisen und Sporbemühungen der Geschäftsreiseverantwortlichen tragen zu dieser stagnierenden Gesamtentwicklung bei, die sich in der gesunkenen Anzahl der Reisen mit Fluganteil widerspiegelt.

In 2012 hatten Betriebe unabhängig von ihrer Größe und vom Reiseziel mehr Hotelübernachtungen gebucht. In 2013 haben die kleineren Betriebe mit bis zu 500 Mitarbeitern mehr im Inland, dafür weniger im Ausland übernachtet. Mitarbeiter von größeren Betrieben waren mehr im Ausland unterwegs.

## Übernachungskategorien

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

Über 90% der Businessreisenden übernachten in Deutschland in 3- und 4-Sterne-Hotels. Die 3-Sterne-Kategorie hat erneut Marktanteile gewonnen. Mit geeigneter Qualität, was die Anforderungen von Geschäftsreisenden angeht, haben sich diese Häuser mittlerweile einen guten Ruf erarbeitet. Die Nachfrage hat sich im Laufe der Jahre deutlich verändert.<sup>16</sup> Ähnlich wie bei Fluggesellschaften, die Businessreisende mit Zwischenklassen wie der „Premium Economy“ ansprechen.

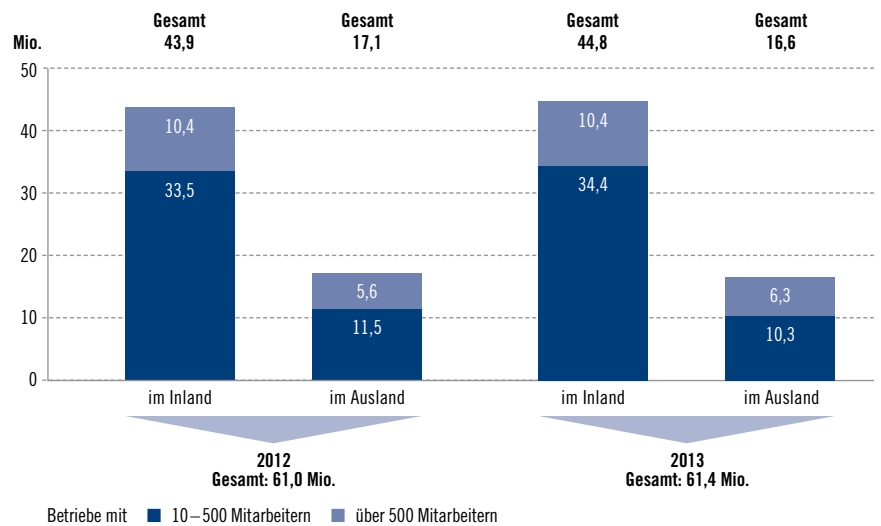
Bei Reisen innerhalb Deutschlands übernachten 58% der Geschäftsreisenden in der „goldenen Mitte“. Die 1- und 2-Sternehotellerie hat deutlich Terrain verloren – auch im öffentlichen Sektor. Übernachtete 2009 noch jeder fünfte Staatsangestellte in der „Eco“, waren es 2013 lediglich 8,5%.

Im Ausland vertrauen die Reisenden eher auf die nächsthöhere Kategorie. Außerdem ist sie online besser verfügbar, so dass sich hier ein ähnlich positives Bild für die 4-Sterne-Häuser abzeichnet.

<sup>16</sup> Die Bedürfnisse bestimmter Zielgruppen sind unabhängig von der Sterne-Kategorie, vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2012, Abschnitt 1: „Schon lange reichen die alten Sternekategorien für die unterschiedlichen Nutzerbedürfnisse nicht mehr aus.“ Die VDR-Hotelzertifikate gibt es deshalb für Hotels jeder Kategorie. Weitere Informationen: [www.certified.de](http://www.certified.de)

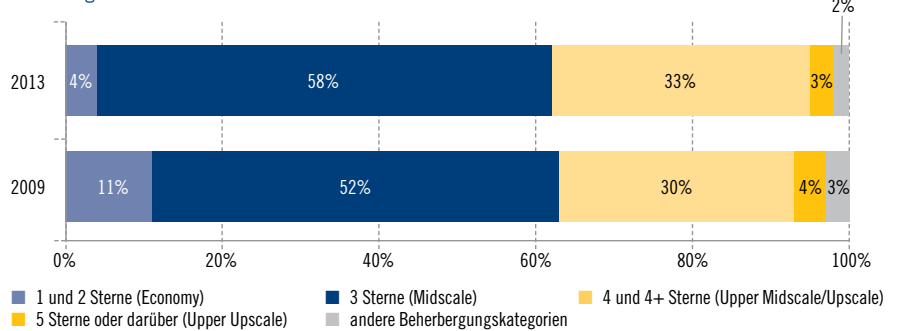
**Anzahl der Übernachtungen Inland/Ausland 2012/2013**

Abbildung 9



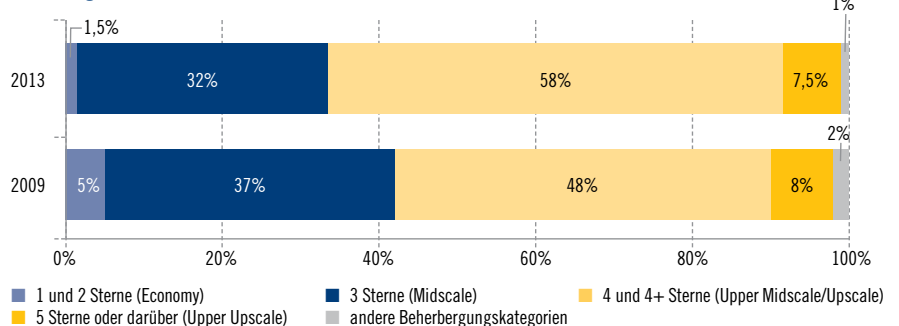
**Übernachungskategorien auf Geschäfts- und Dienstreisen in Deutschland 2009/2013**

Abbildung 10



**Übernachungskategorien auf Geschäfts- und Dienstreisen im Ausland 2009/2013**

Abbildung 11



**CERTIFIED****DAS KUNDENZERTIFIKAT***The better place* ✓

Wir helfen bei einer objektiven Auswahl für Ihr Hotel.  
 Unsere Prüfungskriterien sind auf die Bedürfnisse von Geschäftsreisenden,  
 Veranstaltungsplanern und umweltbewusst Reisenden abgestimmt.

Nur nach intensiven, positiven Tests durch erfahrene Travel- und Eventmanager  
 wird das Zertifikat verliehen.

### Certified Business Hotel.

- Mobilfunkerreichbarkeit und Internetzugang
- Nachgewiesene Matratzenhygiene
- Optimaler Arbeitsplatz auf dem Zimmer

### Certified Conference Hotel.

- Ungestörte Sitzungen durch optimalen Schallschutz
- Professionelle Veranstaltungsbetreuung
- Tagungsspezifische F&B-Leistungen

### Certified Green Hotel.

- Reduzierung von Wasser- und Stromverbrauch
- Vermeidung von Verpackungsmüll
- Verantwortungsvolles Handeln (CSR)

### Certified Serviced Apartment.

- Komplette Ausstattung mit Küchen-, Wohn- und Arbeitsbereich
- Internetzugang und Mobilfunkerreichbarkeit
- Nachgewiesene Matratzenhygiene

Alle Prüfkriterien finden Sie unter [www.certified.de/pruefkriterien](http://www.certified.de/pruefkriterien)



[www.certified.de](http://www.certified.de)

# 4. Strategien im Travel Management

## „Ist Travel Management ein eigener Verantwortungsbereich in Ihrem Unternehmen?“

Vor allem die größeren Unternehmen, die quantitativ und qualitativ mehr zu managen haben, schätzen die Vorteile eines professionalisierten Geschäftsreisemanagements: Der Anteil der Unternehmen mit einem eigenen Verantwortungsbereich für die geschäftliche Mobilität ist erneut gestiegen. Die stagnierenden Werte im Mittelstand kommen vermutlich Reisebürodienstleistern und Online-Anbietern mit Preisvergleichen und Bestpreisgarantien zu Gute.

Dabei erlauben es der Auftrag „kostendeckende Budgetierung“ und die ständig wachsenden finanz- und arbeitsrechtlichen Anforderungen heute selbst mittelständischen Unternehmen nicht mehr, das Management geschäftlicher Mobilität als Nebentätigkeit zu bewältigen. Der komplexe internationale Markt erfordert qualifiziertes Fach- und Führungspersonal auf Nutzer- und Anbieterseite, das den vielfältigen Anforderungen gerecht wird. So verwundert es nicht, dass immer mehr größere Unternehmen das eigene Travel Management weiter professionalisieren.

<sup>17</sup> Vgl. Ergebnisdokumentation VDR-TrendsPort 2013.

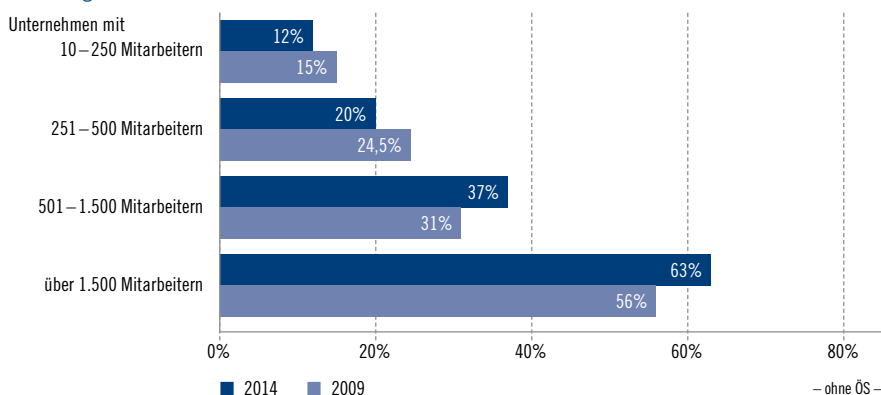
## „Welche zusätzlichen Aufgaben übernehmen Sie als Travel Manager?“

Die Arbeit der Travel Manager wird mehr und mehr anerkannt. Dazu beigetragen haben auch die Erhebungen der VDR-Geschäftsreiseanalyse, die Jahr für Jahr die Effizienzgewinne durch ein professionelles Travel Management aufzeigt. Je nach Position im Unternehmen übernehmen die Hauptverantwortlichen für Geschäftsreisemanagement jedoch auch noch weitere Tätigkeiten.

Der Reisende wird in Zukunft noch mehr im Zentrum der Bemühungen von Dienstreiseplanern und Leistungsanbietern im Geschäftsreisemarkt stehen. Wenn der Geschäftsreisebereich durch die Themen altersgerechtes und sicheres Reisen sowie Nachhaltigkeit, Servicequalität und Datenschutz zu einem Querschnittsthema wird, sollte er sich auf eine funktionale und strategische Veränderung seiner Rolle einstellen.<sup>17</sup> Zum Kernbereich Reisen kommen oft die Aufgaben Reisekostenabrechnung, Veranstaltungsmanagement sowie Versicherung/Sicherheit/Gesundheit hinzu. Das heißt: Für die Anforderungen an die bedarfsgerechte Mobilität von morgen müssen schon heute Kompetenzen im Travel Management geschaffen werden. Erster empfohlener Schritt ist die Nutzung von Synergien in den Bereichen Reise-, Fuhrpark- und Veranstaltungsmanagement, um die Strategien für eine optimale geschäftliche Mobilität ressort- und abteilungsübergreifend aufzusetzen.

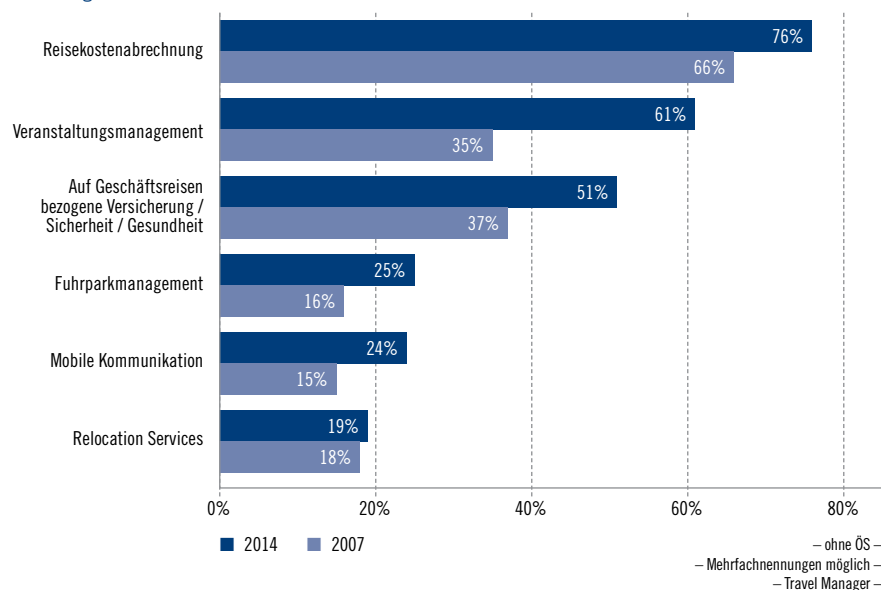
**Travel Management als eigener Verantwortungsbereich im Unternehmen 2009/2014**

Abbildung 12



**Aufgaben im Travel Management 2007/2014**

Abbildung 13



## Richtlinien

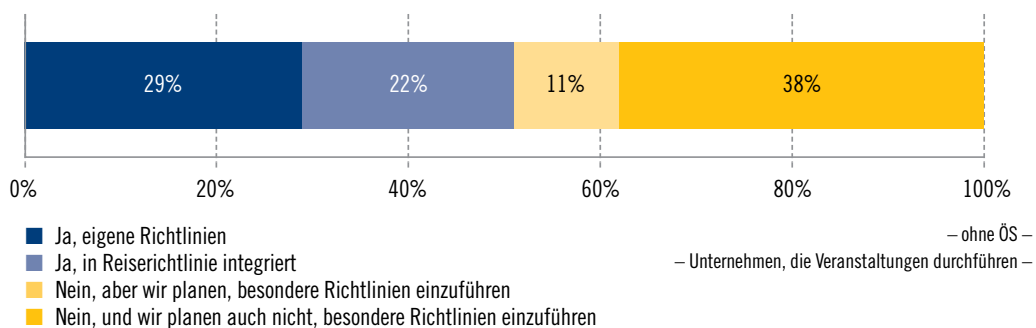
### „Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Reiserichtlinie?“

Hochgerechnet gibt es in etwa jedem zweiten deutschen Unternehmen ab zehn Mitarbeitern eine Reiserichtlinie. Das ist vorbildlich, angesichts der vielen Vorteile einer gelebten Travel Policy scheinen diese 49,7 % jedoch immer noch wenig. Die Reiserichtlinie ist Basis der Steuerung, reduziert letztlich direkte und indirekte Kosten. Unternehmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern haben das bereits erkannt: Sie melden beinahe Komplettabdeckung (99 %).

## Einsatz von Richtlinien für Veranstaltungen

Abbildung 14

Travel Management als eigener Verantwortungsbereich im Unternehmen



<sup>18</sup> Als Veranstaltungen im Rahmen dieser Studie gelten Besprechungen/Meetings/Sitzungen, Workshops, Events, Firmenfeiern, Tagungen, Kongresse, (Presse-) Konferenzen, Ausstellungen, Messen und/oder Messeauftritte. Eine Verteilungsübersicht findet sich in der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2013, Kapitel 6 „Management von Veranstaltungen“, Abbildung 17, Seite 15.

<sup>19</sup> Der VDR-Fachausschuss MICE arbeitet an einem Leitfadens zur Erstellung von Veranstaltungsrichtlinien.

### „Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Veranstaltungsrichtlinie?“

Veranstaltungen<sup>18</sup> sind komplexe, arbeitsteilige Prozesse, an denen in der Regel eine Vielzahl innerbetrieblicher Stellen und externer Dienstleister beteiligt sind. Umso wichtiger ist eine Veranstaltungsrichtlinie, die sicherstellt, dass alle Beteiligten ein klares und einheitliches Verständnis davon haben, wie die Prozesse gestaltet sind, welche Aufgaben sich damit verbinden und welche Verfahrensweisen dabei zur Anwendung kommen.

Trotzdem: Nur in knapp der Hälfte (46 %) der Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, die Veranstaltungen durchführen, gibt es eine Veranstaltungsrichtlinie.<sup>19</sup> Am meisten wird sie in den Unternehmen eingesetzt, in denen Travel Management ein eigener Verantwortungsbereich ist.

## Gestaltung effizienter Geschäftsreisen

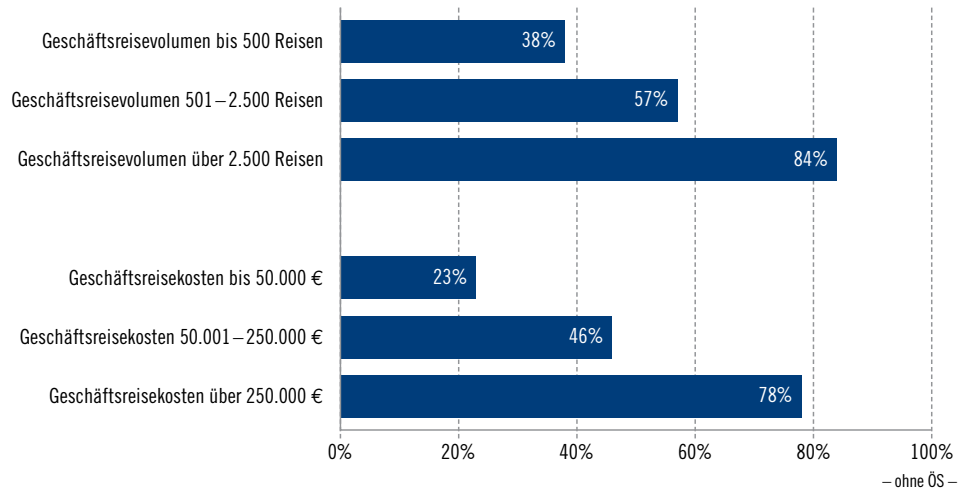
Zwei Hauptziele hat ein Travel Manager immer vor dem inneren Auge: Kosteneinsparungen und die Zufriedenheit der Reisenden. Diese sind gut versorgt, wenn die Leistungen professionell eingekauft werden, der Buchungs- und Abrechnungsprozess hürdenfrei organisiert und der Geschäftsreisende auch während der Reise gut betreut ist.

Drei Viertel der größeren Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern verfolgen deshalb Strategien zur Gestaltung von effizienten Geschäftsreisen, von den Kleineren immerhin 42%. Ausschlaggebend für die Relevanz dieses Themas sind jedoch die Geschäftsreise- und Kostenvolumina der Firmen. Mit der Verkürzung von Reisezeiten, der Einplanung geeigneter Umsteigezeiten, dem Ausbalancieren von Kosten und

Komfort sowie der Zusammenlegung von Reisen optimieren Travel Manager aus kleineren Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern die Geschäftsreisen. Die Optimierung und Automatisierung von Abläufen, die Einbindung mobiler Applikationen in den Geschäftsreiseprozess und die Entwicklung hin zu einem ganzheitlichen Mobilitätsmanagement nutzen eher die größeren Unternehmen.

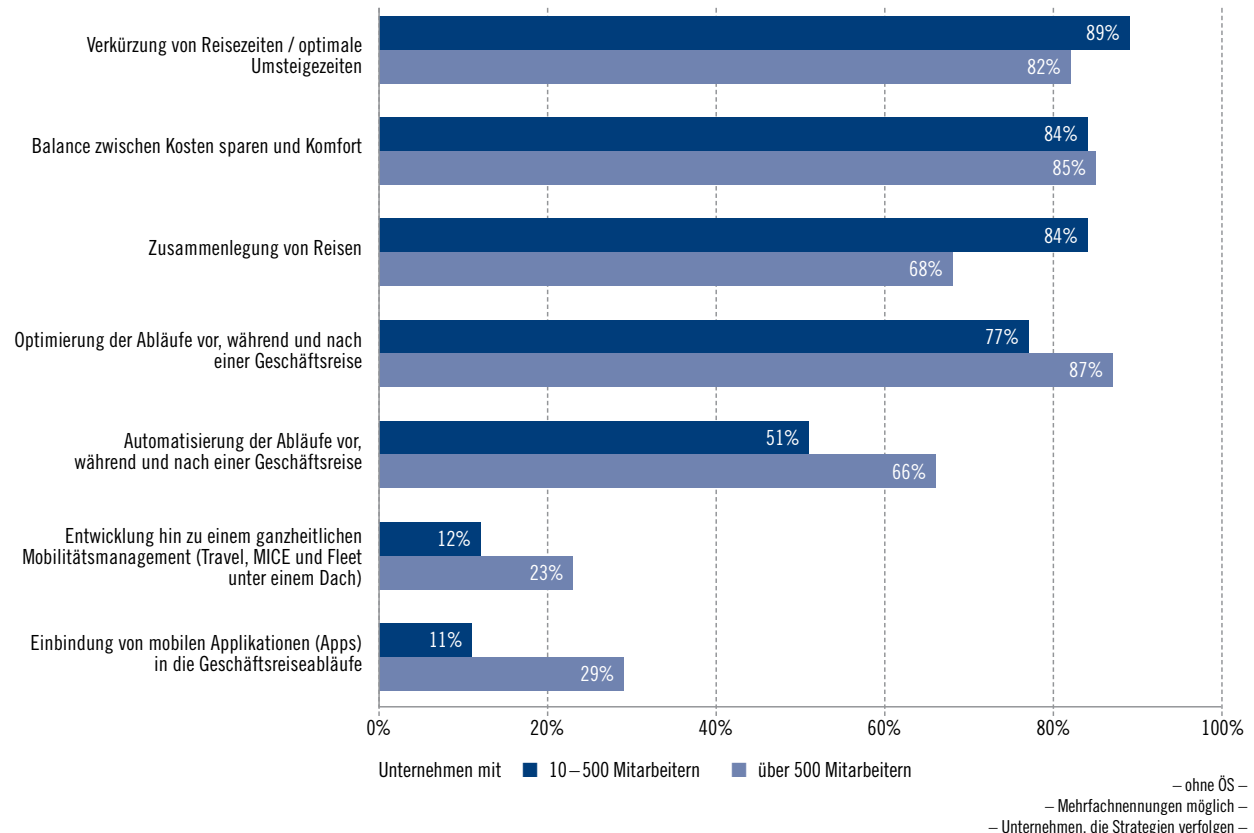
### Unternehmen, die Strategien zur Gestaltung von effizienten Geschäftsreisen verfolgen

Abbildung 15



### Strategien zur Gestaltung effizienter Geschäftsreisen

Abbildung 16



# Ihr Weiterbildungsexperte für geschäftliche Mobilität

**WIR** sind Ihr kompetenter  
Partner für Weiterbildung.  
Nutzen **SIE** unsere Erfahrung!

**WIR** vermitteln Wissen  
praxisbezogen & bündeln  
Trends. Nutzen **SIE** den  
Wissensvorsprung!



## Ihre Ansprechpartner



**Kathrin Neufang**  
Tel. +49 69 695229 10  
neufang@vdr-service.de



**Elisa Pfeil**  
Tel. +49 69 695229 22  
pfeil@vdr-service.de

Alle Themen und Termine unter  
[www.vdr-akademie.de](http://www.vdr-akademie.de)





## Erfolgsmessung

### „Messen Sie den Erfolg des Travel Managements in Ihrem Unternehmen und wenn ja, auf welcher Basis?“

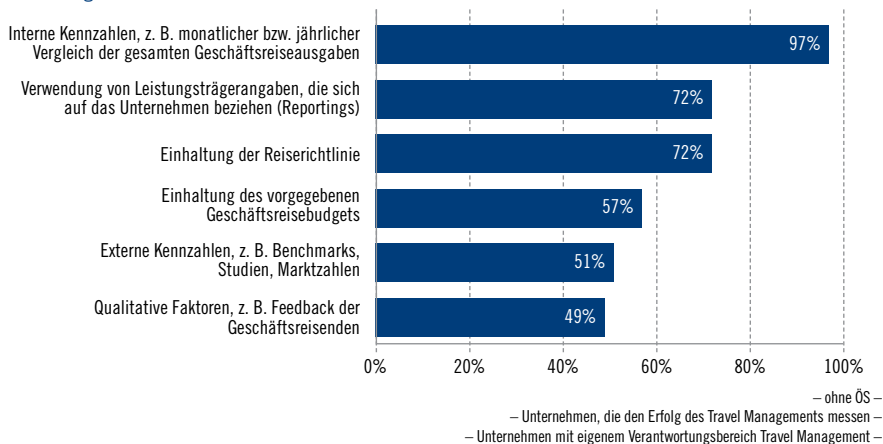
Etwa zwei von drei Firmen, in denen geschäftliche Mobilität ein eigener Verantwortungsbereich ist, interessieren sich auch für die Erfolge des Travel Managements. Ab einem Kostenvolumen von etwa 100.000 Euro will jede zweite Firma Resultate sehen. Denn ein aussagekräftiges Controlling ist ein entscheidender Baustein für einen professionellen Einkauf und erfolgreiches Travel Management.

Es hilft, das Geschäftsreiseverhalten und die damit verbundenen direkten und indirekten Kosten zu kennen und zu kontrollieren, um dann gegebenenfalls korrigierend einzuwirken.

Wer den Erfolg des Travel Managements misst, benutzt dazu meistens interne Kennzahlen. Insbesondere größere Firmen greifen auch auf Leistungsträger-Reportings zurück und beobachten die Einhaltung der Reiserichtlinie. Entscheidend ist, die jeweils richtige Datenquelle für die Fragestellung zu finden und, wenn nötig, die verschiedenen Informationen zur Berechnung der Kennzahl gezielt zu kombinieren.<sup>20</sup>

### Basis der Erfolgsmessung des Travel Managements

Abbildung 17



<sup>20</sup> Bei der Erstellung eines Kennzahlen-Systems hilft das VDR-Standardinstrument „Kennzahlen-Übersicht“. Es beschreibt die wichtigsten Kennzahlen im Business Travel Management, behandelt Anwendbarkeit, Herleitung und Quellen der Kennzahlen, gibt Verwendungsempfehlungen und hilft bei der Interpretation. Weitere Informationen unter [www.vdr-service.de](http://www.vdr-service.de).

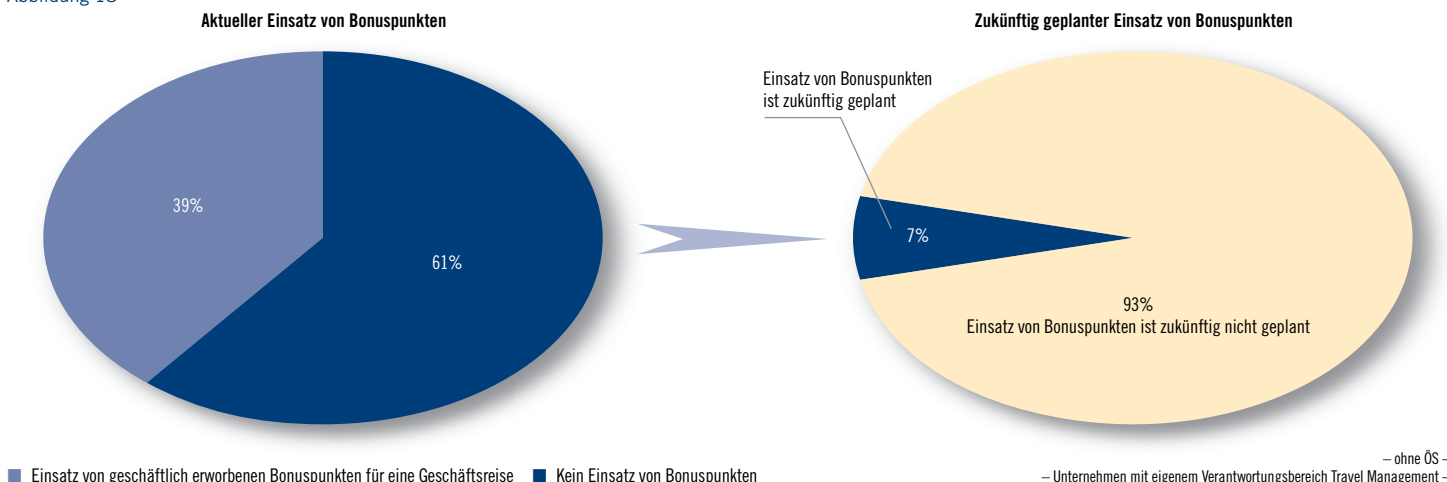
### „Sind die Mitarbeiter Ihres Unternehmens verpflichtet, geschäftlich erworbene Bonuspunkte für eine Geschäftsreise einzusetzen?“ „Wenn nicht, plant Ihr Unternehmen, dies in Zukunft zu ändern?“

Nur zwei von fünf Firmen mit eigenem Verantwortungsbereich Travel Management verlangen, die auf Geschäftsreisen gesammelten Punkte und Meilen für weitere dienstliche Buchungen zu nutzen. Die Bonuspunkte können zur Kostenreduktion oder auch für Upgrades eingesetzt werden. Die Mehrheit der Unternehmen, die diese Boni ihren Mitarbeitern schenken<sup>21</sup>, plant, dies auch künftig zu tun (93%). Gründe könnten der Fachkräftemangel und veränderte Erwartungen der Arbeitnehmer an ihren Arbeitgeber sein, die Unternehmen dazu veranlassen, auch bei geschäftlicher Mobilität Anreize für den Reisenden zu schaffen.

<sup>21</sup> Mitarbeiter können Sachprämien für die persönliche Inanspruchnahme steuerbefreit nutzen, wenn sie den Maximalwert von 1.080 Euro pro Kalenderjahr nicht übersteigen (§ 3 Nr. 38 EStG) oder wenn sie nach § 37a EStG pauschal vom Unternehmen versteuert werden.

### Aktueller und zukünftiger Einsatz von geschäftlich erworbenen Bonuspunkten für Geschäftsreisen

Abbildung 18



# 5. Management von Veranstaltungen

## Veranstaltungsarten

Veranstaltungen sind ein wichtiges Instrument zur Information, Motivation und Begeisterung sowie zur Handlungssteuerung von Kunden und Mitarbeitern. Sie fördern die Beziehungen und dienen der Stärkung der Unternehmensmarke. Insgesamt haben Unternehmen im vergangenen Jahr größenunabhängig etwas mehr Veranstaltungen durchgeführt als 2012. Am wichtigsten bleiben Besprechungen, Meetings und Workshops, gefolgt von Firmenfeiern bei den kleineren Unternehmen und Messeauftritten bei den Größeren. Nur 3 % der größeren Firmen mit über 500 Mitarbeitern und 5 % der Kleineren organisieren überhaupt keine Veranstaltungen.

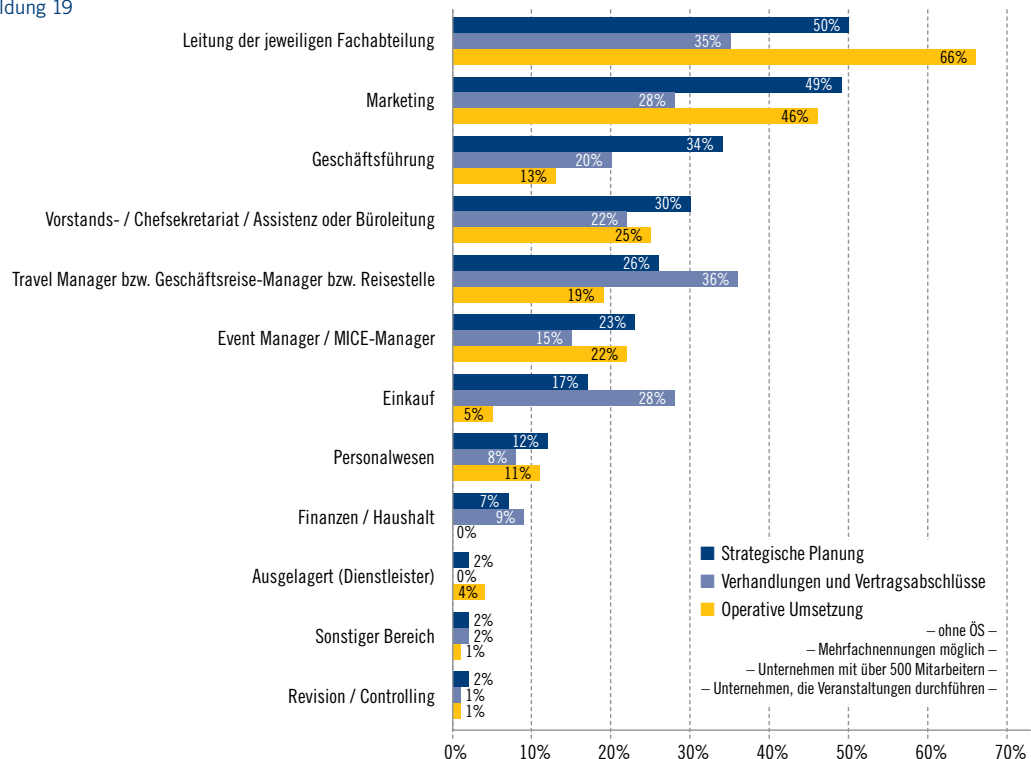
## Zuständigkeiten

„Wer in Ihrem Unternehmen ist zuständig bei Veranstaltungen für ...die strategische Planung<sup>22</sup>, ...Verhandlungen und Vertragsabschlüsse, ...die operative Umsetzung<sup>23</sup>?“

Auch was die Zuständigkeit angeht, hat sich nicht viel verändert: Insgesamt haben die Verantwortlichkeiten in größeren Firmen, die Veranstaltungen durchführen, bei der Geschäftsführung, der Fachabteilung und beim Marketing zugenommen. Fast jede vierte größere Firma beschäftigt sogar einen eigenen Eventmanager. 61 % der Travel Manager verantworten auch Aufgaben aus dem Veranstaltungsmanagement.<sup>24</sup>

### Zuständigkeiten im Management von Veranstaltungen von Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern

Abbildung 19



## Verhandlung von Rahmenverträgen

Derzeit legen die Befragten von Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern bei der Verhandlung von Rahmenverträgen am meisten Wert auf die Allgemeinen Geschäftsbedin-

gungen (79%) und unternehmensspezifische Leistungspakete (62%). Im Vergleich zu 2013 wird dieses Jahr mehr Wert gelegt auf spezifische Unternehmens-Vertragsraten (57%, gestiegen von 44% im Jahr 2013).

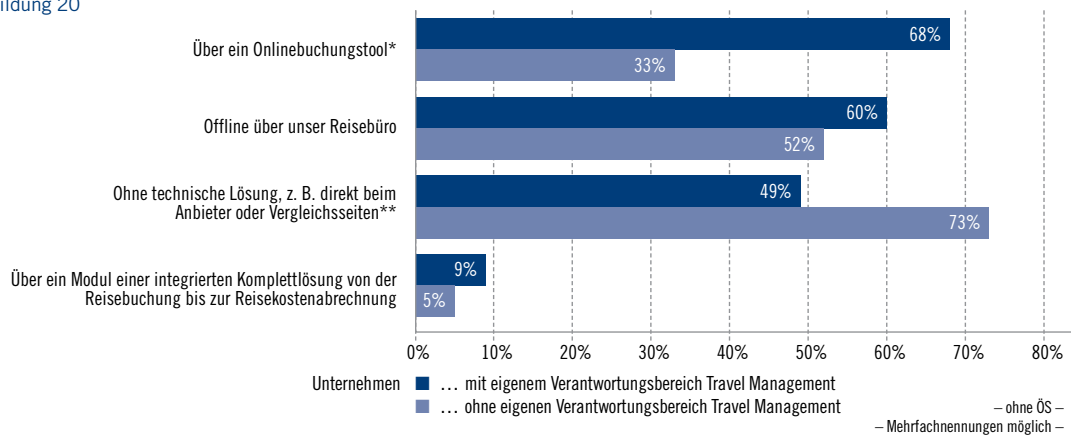
# 6. Buchung und Abrechnung

## Buchung von Geschäftsreisen

Die meisten Unternehmen buchen ihre Geschäftsreisen über verschiedene Wege – je nach Vertragslage, Komplexität der geplanten Geschäftsreise, Preisverfügbarkeiten und Anforderungen an Flexibilität. Vor allem in Unternehmen mit Travel Manager haben die Vorgaben in der Reiserichtlinie einen großen Einfluss auf den Buchungsweg.<sup>25</sup> Der Anteil der Buchungen über ein Onlinebuchungstool ist hier erheblich höher (68 %) als in Unternehmen ohne Travel Management (33 %). „Unmanaged“ wird zu 73 % ohne technische Lösung gebucht, zum Beispiel direkt beim Anbieter. Die Mehrheit der Firmen balanciert zwischen den Online- und Offline-Welten ohne Komplettlösungen.

### Buchung von Geschäftsreisen

Abbildung 20



\* z.B. Amadeus e-Travel Management, BookIt, Concur, Cytric, Onesto, SAP TM.  
\*\* Anbieter z.B. Fluggesellschaft, Hotel oder Vergleichsseiten wie Expedia, Opodo, HRS.

## Hotelportale

### „Nutzen Sie Hotelportale<sup>27</sup> als Buchungsplattform?“

Mit 84 % der Unternehmen und 73 % der Organisationen im öffentlichen Sektor nutzt die Mehrheit der deutschen Betriebe das Angebot der Hotelportale. Damit sind sie aus dem Geschäftsreisemarkt nicht mehr wegzudenken. Trendgemäß erweitern sie ihre Dienstleistungspalette um das gesamte Management des Hoteleinkaufs, aber auch um Tagungspakete, besondere Bestpreisgarantien und ergänzende Leistungsangebote für Geschäftsreisende.

## Reisekostenabrechnung

Erfahrungsgemäß entsteht rund die Hälfte der indirekten Kosten durch ineffiziente Reisekostenabrechnungen aufgrund hoher Bearbeitungszeiten und Fehlerquoten. Diese Kosten könnten viele Unternehmen vermeiden. Doch was die Professionalisierung angeht, ist die Reisekostenabrechnung nicht weiter als die Buchung: 57,5 % der Unternehmen ohne eigenen Verantwortungsbereich Travel Management rechnen die Geschäftsreisen noch manuell ab.

## Veranstaltungsbuchungen

### „Wie buchen Sie Veranstaltungen?“

Beim Veranstaltungsmanagement ist der direkte persönliche Kontakt mit den Dienstleistern immer noch am wichtigsten. Im Vergleich zum Vorjahr hat die Nutzung von Online-Angeboten und Agenturen insgesamt abgenommen. Vor allem in größeren Unternehmen werden Agenturen und Online-Angebote auch in Kombination mit der Buchung direkt beim Leistungsträger eingesetzt.

Professioneller geht es in Unternehmen mit Travel Manager zu: In 83 % dieser Firmen gibt es entweder eine spezifische Softwarelösung, ein ERP-System<sup>26</sup> oder eine integrierte Komplettlösung von der Reisebuchung bis zur Reisekostenabrechnung.

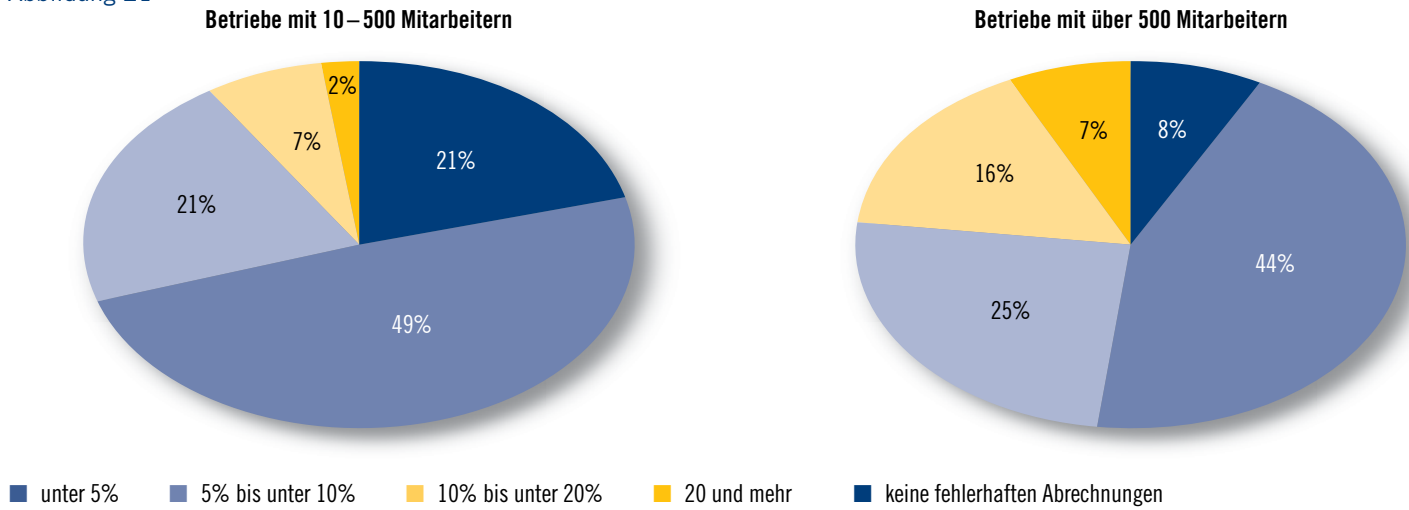
<sup>25</sup> VDR-Geschäftsreiseanalyse 2011, Kapitel 6 „Buchungswege“, Abbildung 21, Seite 17.

<sup>26</sup> Enterprise-Resource-Planning-System = Komplexe Anwendungssoftware zur Unterstützung der Ressourcenplanung im Unternehmen.

<sup>27</sup> Beispielsweise HRS.de, hotel.de, ehotel.de.

## Anteil fehlerhafter Reisekostenabrechnungen in Betrieben

Abbildung 21



### „Wie hoch ist der prozentuale Anteil fehlerhafter Reisekostenabrechnungen in Ihrem Unternehmen?“

Falsche Belege, doppelt abgerechnete Beträge, Fehler bei steuerlich relevanten Angaben: Bei 79 % der kleinen und 92 % der größeren Betriebe werden Reisekostenabrechnungen mit Fehlern abgegeben. Vermutlich sind auch die komplizierten administrativen Vorgaben des Staates ein Grund hierfür.

# 7. Sicherheit und Datenschutz

## Relevanz

Entführung, Erpressung, Naturkatastrophen und Spionage – die Liste der Gefahren, denen Geschäftsreisende und „Expats“ ausgesetzt sind, ist lang: Globales Business bedeutet globale Risiken. Damit stehen auch Geschäftsreiseverantwortliche vor neuen sicherheitsrelevanten Herausforderungen. Denn wer viel unterwegs ist, braucht besonderen Schutz.

Die gesetzliche Fürsorgepflicht schreibt Unternehmen vor, für ihre Geschäftsreisenden und im Ausland tätigen Mitarbeiter ein Risikomanagement zu betreiben. Offiziell heißt das, Arbeitsbedingungen für die Arbeitnehmer zu schaffen, in denen sie vor Gefahren für Leib, Leben und Gesundheit geschützt sind. Auch auf Reisen.

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

Unternehmen sind heute wesentlich sensibler für Fragen rund um die Sicherheit ihrer Geschäftsreisenden. Aufgrund der demographischen Entwicklung steht das Individuum immer mehr im Mittelpunkt. Unternehmen müssen ihre Mitarbeiter so lange wie möglich mobil halten, indem sie Präventionsprogramme anbieten und die Sicherheit auf Reisen noch stärker in den Fokus nehmen. Sie verbessern damit auch ihr Image, was für den Recruitingprozess eine wichtige Rolle spielt.

Drei Viertel der großen Unternehmen beschäftigt sich mit diesen Themen. So fällt die Fürsorge bereits bei jedem zweiten Travel Manager in den Aufgabenbereich.<sup>28</sup> Auch bei kleinen und mittelständischen Firmen ist das Thema angekommen, wenn auch erst bei der Hälfte. Je höher das Reisevolumen, desto eher ist ein Bewusstsein über die Fürsorgepflicht vorhanden, die den Arbeitgeber gesetzlich dazu verpflichtet, „Vorkehrungen zum Schutz von Leben und Gesundheit der Arbeitnehmer/-innen im Rahmen des Geschäftsbetriebs“<sup>29</sup> zu treffen.

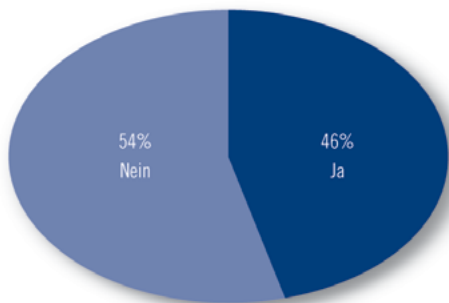
<sup>28</sup> Siehe Abbildung 13, Seite 11.  
<sup>29</sup> [www.verdi-bub.de/service/praxistipps/archiv/fuersorgepflicht\\_im\\_arbeitsverhaeltnis/#c8546](http://www.verdi-bub.de/service/praxistipps/archiv/fuersorgepflicht_im_arbeitsverhaeltnis/#c8546).

## Sicherheit der Geschäftsreisenden und Maßnahmen zum Thema Sicherheit

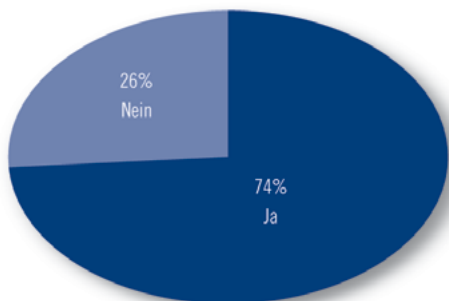
Abbildung 22

### Beschäftigung mit dem Thema Sicherheit:

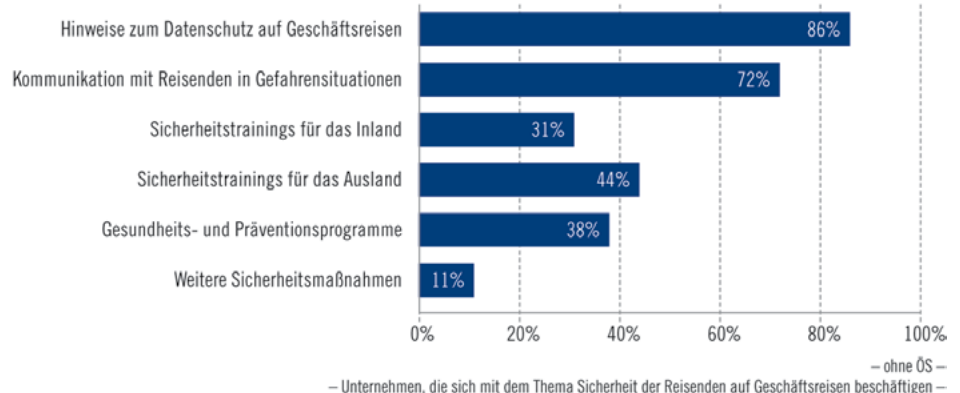
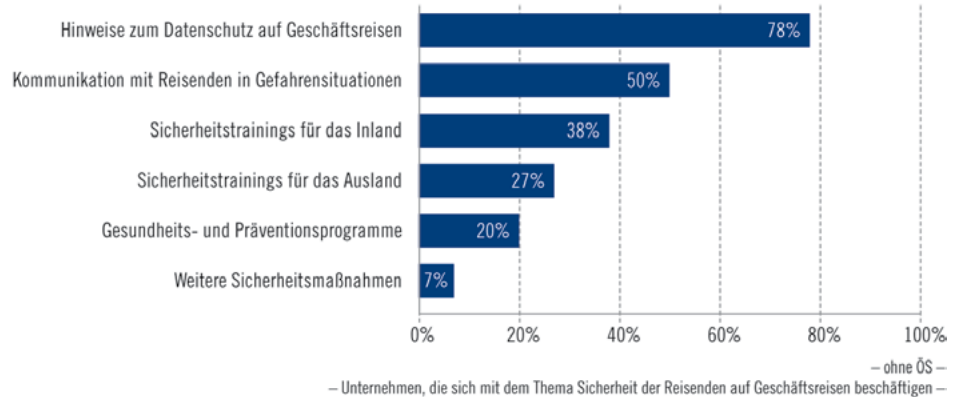
Unternehmen mit 10–500 Mitarbeitern



Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern



### Maßnahmen:



## Verantwortlichkeit

### „Wer ist in Ihrem Unternehmen für das Thema ‚Sicherheit der Geschäftsreisenden‘ verantwortlich?“

In den größten Firmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern sind vorwiegend das Travel Management (48%), ein eigener Bereich „Sicherheit“ (46%) und die Personalabteilung (46%) für die Sicherheit der Geschäftsreisenden verantwortlich – eine Zusammenarbeit oder geteilte Zuständigkeiten nicht ausgeschlossen. Die Geschäftsführung kümmert sich in nur 17% dieser Firmen selbst darum. In kleinen und mittelständischen Unternehmen hingegen ist Sicherheit eher Chefsache (41%), unterstützt durch das Chefsekretariat (31%) sowie einem eigenen Bereich „Sicherheit“ (29%). Die wenigsten lagern das Thema aus (3%).

## Maßnahmen

### „Welche Maßnahmen bietet Ihr Unternehmen in Bezug auf ‚Sicherheit auf Geschäftsreisen‘ an?“

Reisedaten von Unternehmen sind ebenso sensibel wie deren Wirtschaftsinformationen. Deshalb ist der Datenschutz die wichtigste Maßnahme. Darüber hinaus sieht sich der Travel Manager aber auch konfrontiert mit Krankheit, Unfall, Entführung, Raub/Überfall seiner reisenden Kollegen sowie Epidemien, Terrorismus oder Naturkatastrophen.

Beim Risikomanagement geht es nicht immer um die Lokalisierung und Evakuierung von Mitarbeitern – es geht vor allem um Prävention. Ein sehr weites Feld, das von umfassenden Informationen bis zur Gesundheitsvorsorge und einem Verhaltenstraining reicht. Über diese Basis-Maßnahmen hinaus engagieren sich die Unternehmen, indem sie die Kommunikation mit ihren Reisenden in Gefahrensituationen gewährleisten, Sicherheitstrainings sowie Gesundheits- und Präventionsprogramme anbieten.



# 8. Ausblick 2015

## Entwicklung des Geschäftsreisevolumens

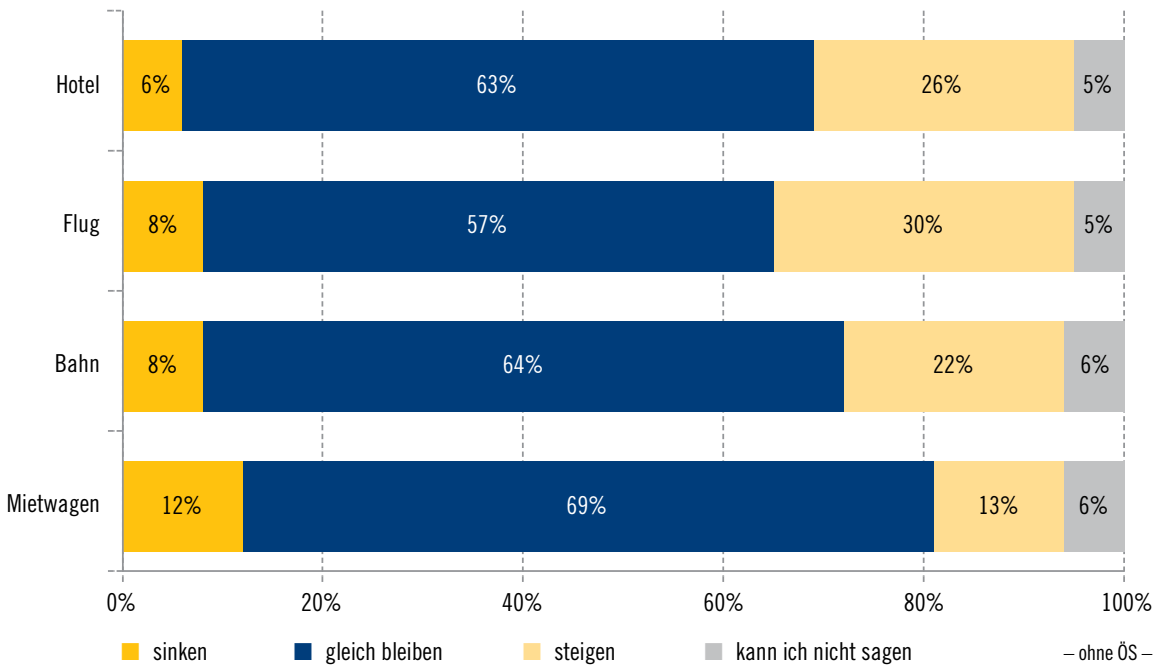
### „Wie wird sich die Anzahl der Reisen Ihres Unternehmens im Jahr 2015 im Vergleich zum Jahr 2014 verändern?“

Hatten deutsche Unternehmen bereits für 2014 gedämpfte Erwartungen, so sind die Prognosen für 2015 zwar stabil, Euphorie kommt jedoch keine auf. Auch wenn der Euro-Raum die Finanzkrise fast verdaut hat, werden die Prognosen durch die Unsicherheiten außerhalb Europas gedämpft. Wie sich die Geschäfte entwickeln werden, lässt sich an geplanten Reisen ablesen. Die Mehrheit deutscher Geschäftsreiseverantwortlicher meldet gleich bleibende oder steigende Reisevolumina an.

Buchungssteigerungen in allen Leistungsbereichen sind 2015 vorwiegend von Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern zu erwarten. Die Stagnation der Hotelübernachtungen könnte im kommenden Jahr wieder aufgeholt werden.

### Geschätzte Entwicklungen Übernachtungen und Verkehrsmittel 2015

Abbildung 23



<sup>30</sup> Die Abbildung 24 zeigt die individuelle Bedeutung der Länder für die Geschäftstätigkeit der Unternehmen 2015. Sie erlaubt jedoch keine Rückschlüsse auf konkrete Reisevolumina in diese Länder oder Ausgaben für die getätigten Reisen.

<sup>31</sup> Vgl. Statistisches Bundesamt: Fachserie 7, Reihe 1, 2013, Seite 45, Wiesbaden 2014.

## Zielländer 2015

### „Welche Länder außerhalb Deutschlands werden für Ihr Unternehmen die wichtigsten Ziele für Geschäftsreisen im Jahr 2015 sein?“<sup>30</sup>

Frankreich, die Niederlande, China, die USA und das Vereinigte Königreich sind die wichtigsten fünf Handelspartner Deutschlands geblieben<sup>31</sup> und bilden neben drei weiteren Nachbarländern Deutschlands die Top 8 der Reiseziele für 2015.

Im öffentlichen Sektor hat es nun auch China mit Platz 12 in die Liste der wichtigsten Dienstleistungsziele geschafft. Ob Russland in Folge der gegenwärtigen Sanktionen den zehnten Platz bei den Unternehmen behalten wird, bleibt abzuwarten.

## Die wichtigsten Ziele für Geschäftsreisen 2015

Abbildung 24





# Methodik und Impressum

## Das Forschungsteam

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. definiert seit 2003 als Herausgeber unter Einbeziehung seiner Mitglieder die grundlegende Struktur für diese Analyse und wählt aktuelle Fragestellungen aus, die unter anderem durch Anregungen von Lesern beeinflusst werden. United Research AG übernimmt die Feldarbeit sowie die wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung, die von der Firma Research Factory durchgeführt wird.

Julia Anna Eckert (VDR) und Claudia Schwager-Wehming (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 und Ralph Rettig sowie je nach Themenschwerpunkt auch Fachausschussleiter.

## Methodik

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

Die Ergebnisse aus den Unternehmen und dem öffentlichen Sektor werden aufgrund branchenbedingter Unterschiede meistens getrennt dargestellt.

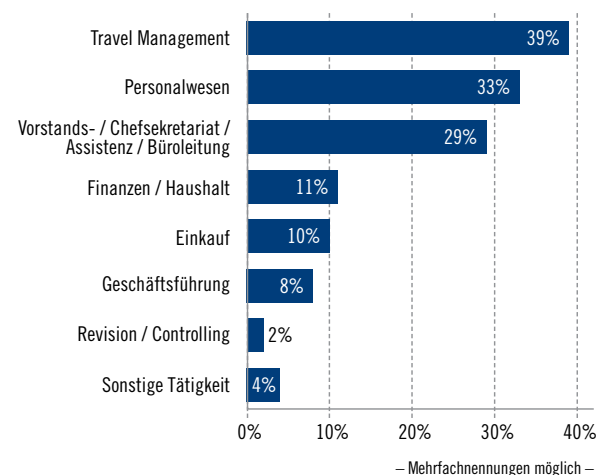
Die entsprechende Datenbasis wird an den jeweiligen Stellen deutlich gemacht:

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

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und April 2014 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 2013.

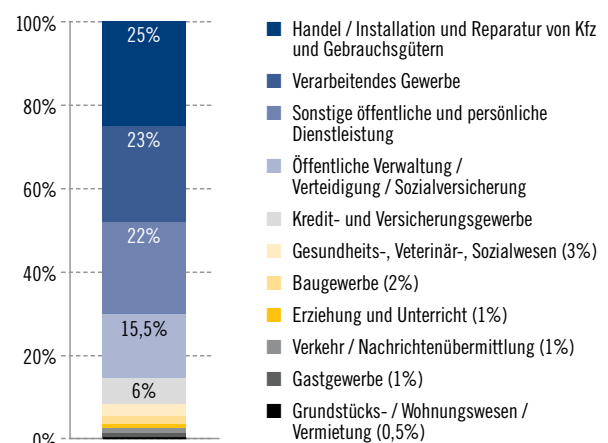
## Aufgabenbereich der Interviewpartner 2014

Abbildung 25



## Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2014

Abbildung 26



#### Hinweis

Die auf EU-Ebene beschlossene Revision der „Statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft“ (NACE) resultiert in einer Neugliederung der bisher verwendeten Wirtschaftszweige 03 (Abkürzung WZ03) in die Wirtschaftszweige 08 (Abkürzung WZ08). Ab dem Berichtsjahr 2009 sind keine Kennzahlen für die bisher verwendete Klassifikation WZ03 verfügbar. Da WZ08 und WZ03 nicht deckungsgleich sind, ergeben sich hinsichtlich der Anzahl der erfassten Betriebe systematische Unterschiede. Die bisherigen Hochrechnungen der VDR-Geschäftsreiseanalyse basieren auf den in dem WZ03 erfassten Betrieben, so dass ein direkter Vergleich mit den im WZ08 erfassten Betrieben unzulässig ist. Die Hochrechnungen für das Jahr 2013 basieren daher auf den zuletzt im Berichtsjahr 2008 im WZ03 erfassten Unternehmenszahlen. Veränderungen hinsichtlich der Anzahl der Unternehmen für den Zeitraum von 2010 bis 2013 wurden dabei insofern berücksichtigt, als die im WZ08 für diesen Zeitraum berichteten Veränderungen für die vergleichbaren Branchen auf den WZ03 übertragen wurden.

Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle unten). Bei den Berechnungen von prozentualen Veränderungen werden genaue Zahlen verwendet (Beispiel: jährliche Gesamtkosten für Geschäftsreisen).

Darauf ist zurückzuführen, dass beim Rechnen mit den im Text oder in den

Abbildungen verwendeten gerundeten Zahlen hinter dem Komma zum Teil unterschiedliche Ergebnisse entstehen.

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

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

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

Tabelle 3

	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit ... Beschäftigten)									
	10–250		251–500		501–1.500		über 1.500		Gesamt	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
Summe	411.121	14.576.466	8.506	2.932.321	4.082	3.224.576	1.174	3.361.276	424.883	24.094.639

– Stand: 2013 –

– ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten –

Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg, Berechnung anhand der WZ08 (2012 und 2013) und der WZ03 (2008)

## Impressum

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007 – 2014) sowie deutsch- und englischsprachige Management Summaries der Jahre 2003 – 2006 sind kostenfrei verfügbar unter [www.geschaeftsreiseanalyse.de](http://www.geschaeftsreiseanalyse.de). Der Inhalt dieses Dokuments unterliegt dem Urheberrecht. Veränderungen, Kürzungen, Erweiterungen und Ergänzungen, jede Veröffentlichung oder Übersetzung, gewerbliche Nutzung oder Nutzung zu Schulungszwecken durch Dritte bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung durch den VDR. Jede Vervielfältigung ist nur zum persönlichen Gebrauch gestattet und nur unter der Bedingung, dass dieser Urheberrechtsvermerk beim Vervielfältigen auf dem Dokument selbst erhalten bleibt. Zitate aus der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014 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.

Darmstädter Landstraße 125  
60598 Frankfurt am Main  
Tel. +49 69 695229 0  
Fax +49 69 695229 29  
[info@vdr-service.de](mailto:info@vdr-service.de)  
[www.vdr-service.de](http://www.vdr-service.de)  
[www.geschaeftsreiseanalyse.de](http://www.geschaeftsreiseanalyse.de)

### Layout

Kugelstadt MedienDesign  
Weyprechtstraße 3  
64283 Darmstadt  
Tel. +49 170 1880964  
[KMD\\_DA@t-online.de](mailto:KMD_DA@t-online.de)

### Druck

Gathof Druck GmbH  
Anzengruberstraße 12  
63073 Offenbach am Main-Bieber  
Tel. +49 69 891439  
[gathof\\_druck@arcor.de](mailto:gathof_druck@arcor.de)

© Verband Deutsches Reisemanagement e.V. – All rights reserved – Originalausgabe 2014

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

