VDR Verband Deutsches Reisemanagement e.V.

VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

21. Ausgabe

A STAR ALLIANCE MEMBER
Truly Yours
Flying becomes personal like never before.
Willkommen an Bord, liebe Reisefans. Entdecken Sie jetzt individuelle Features und Auswahlmöglichkeiten in allen Reiseklassen: mit dem brandneuen Lufthansa Allegris.
Code scannen und mehr erfahren.
Lufthansa
Say yes to the world

Inhalt

Weniger kann mehr sein 4

1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick 5

2 Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen 7
Anzahl 7
Kosten 8
Geschäftsreisende 8
Dauer 9

3 Struktur der Geschäftsreisekosten 10
Durchschnittskosten 10
Kostenbereiche 10
Reaktionen auf Preissteigerungen 12

4 Übernachtungen – Gesamtentwicklung 13

5 Aktuelle Entwicklungen im Travel Management 14
Ganzheitliches Mobilitätsmanagement 14
Reiserichtlinie 15
Fachkräftemangel 17

6 Bezahlung von Geschäftsreisen 18

7 Klimaschutz und Nachhaltigkeit 20
Reporting 20
Fördernde Maßnahmen 21
Digitale Formate 22
Incentivierung 23
Interview mit Inge Pirner, VDR-Vizepräsidentin 24

8 Ausblick 25
Reisevolumina 25
Internationale Reiseziele 2023 26
Geschäftsreisen im Wandel der Zeit 27
Kommentar von Michael Theurer, MdB 28

Methodik und Impressum 29
Methodik 29
Das Forschungsteam 30
Impressum 31

Weniger kann mehr sein

Das vergangene Jahr begann mit der Aussicht auf sich normalisierende Verhältnisse. Die Gesellschaft und die Weltwirtschaft sollten sich nach dem Einbruch durch die Pandemie endlich erholen – die Erwartungen waren durchaus positiv. Doch dann folgte der russische Angriff auf die Ukraine. Er verursacht seit Februar 2022 nicht nur unfassbares menschliches Leid, sondern auch weltweiten wirtschaftlichen Schaden.[1]

Anstelle von Ausgaben für eine bessere Welt sind kriegswirtschaftliche Kosten getreten. Mit der Energiekrise ist die größte Preissteigerungsrate entstanden, die das wiedervereinigte Deutschland bisher erlebt hat. Öffentliche und privatwirtschaftliche Investitionen geraten ins Stocken. Eine Negativspirale: Die Versorgungsengpässe treiben die Erzeugerpreise nach oben. Die Folge sind höhere Verbraucherpreise, die Kaufkraft schwindet und das Versorgungsniveau sinkt – vor allem in Entwicklungsländern.

In der gesamten deutschen Wirtschaft wirkt diese Negativspirale. Doch nicht nur aufgrund von Krisen wird es auf Dauer weniger Geschäftsreisen als vor der Pandemie geben, sondern auch als Antwort auf die globale Forderung für mehr Nachhaltigkeit in allen Dimensionen. Weniger ist dann mehr: Neben Kosteneinsparungen in den Unternehmen wird weniger CO_2 produziert. Beschäftigte, die nicht mehr ganz so oft die Koffer packen und Zeitzonen überschreiten müssen, haben mehr Chancen auf eine Balance zwischen Arbeit und Privatleben.

Mit welchen Maßnahmen bemühen sich die Betriebe um mehr Nachhaltigkeit? Wie steht es um das Thema Mobilitätsmanagement? Was hilft gegen Preissteigerungen? Und welche Geschäftsreiseziele sind aktuell die Gewinner? Die 21. VDR-Geschäftsreiseanalyse geht neben den jährlich erhobenen Zahlen und Fakten auf eine Palette von aktuellen Themen ein. Als Deutschlands größtes Netzwerk für modernes Mobilitätsmanagement vertritt der VDR die Interessen seiner Mitglieder sowohl national wie auch international. Im täglichen Dialog mit seinen Stakeholdern, mithilfe der Marktforschung sowie durch Veranstaltungen spürt der VDR managementrelevante Themen auf und bietet verantwortungsbewusst und verlässlich Orientierungshilfen für die Zukunft. Wir freuen uns mit Ihnen auf die aktuelle Analyse und auf Ihr Feedback für neue Fragestellungen.

[1] Vgl. https://www.iwd.de/artikel/ukraine-krieg-kostet-die-welt-billionen-578968/

1 Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

Eckdaten

	Geschäftsreisende	Geschäftsreisen	Geschäftsreisekosten	Ø Kosten pro Geschäftsreise (ohne ÖS)
2022	**8,4 Millionen**	**75,1 Millionen**	**26,9 Milliarden**	**371 €**
Im Vergleich zu **2021**	**+54%** (5,5 Mio.)	**+82%** (41,4 Mio.)	**+101%** (13,4 Mrd. €)	**+11%** (334 €)
Im Vergleich zu **2019**	**–35%** (13,0 Mio.)	**–62%** (195,4 Mio.)	**–51%** (55,3 Mrd. €)	**+19%** (312 €)

Abbildung 1

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Ruhige Fahrwasser in weiter Ferne

Die Aussicht nach den Pandemiejahren in ruhigere Fahrwasser zu gelangen und auf eine Erholung der Gesellschaft und Wirtschaft erfüllte sich 2022 nicht. Das Jahr war geprägt von den Folgen des Kriegs in der Ukraine und auch weiterhin von der nur langsam nachlassenden Pandemie. Die Arbeit der Geschäftsreiseverantwortlichen wurde übergangslos durch neue Herausforderungen erschwert: Angebotsknappheit, Preiserhöhungen, fehlende Fachkräfte … Doch Geschäftsreisen waren wieder dringend nötig und auch mehr möglich. Im Ergebnis kam es hier im Jahr 2022 zu einer Steigerung von 82 % auf 75,1 Millionen Geschäftsreisen und einer Verdoppelung der Ausgaben in Höhe von 26,9 Milliarden Euro im Vergleich zu 2021. Beide Werte bleiben aber weit unterhalb des Vorkrisenniveaus von 2019.
(Abbildungen 2 und 4, Seite 7 f.)

Paroli den Preissteigerungen

Die größte Preissteigerungsrate, die das wiedervereinigte Deutschland bisher erlebt hat – im Jahresdurchschnitt 2022 +7,9 % gegenüber 2021 – haben ausnahmslos alle Interviewten gespürt. Als Gegenmaßnahme werden persönliche Meetings durch Telefon- und Videokonferenzen substituiert und Reiseanlässe generell strenger geprüft. Mit der Bündelung von zwei oder mehreren Geschäftsreisen wird der Aufenthalt zwar länger, aber Transportkosten können optimiert werden. Niedrigere Servicekategorien werden etwa von jedem dritten Unternehmen gebucht, um Kosten zu sparen.
(Abbildung 10, Seite 12)

Anhaltender Trend zu längeren Reisen – Ausland profitiert

Jahrelang bestand die Tendenz zu kürzeren Geschäftsreisen. Doch der durch die Pandemie hervorgerufene Gegentrend hat sich auch im Jahr 2022 bestätigt und noch verstärkt: Die Durchschnittsdauer der Geschäftsreisen stieg in allen Unternehmensgrößen weiter an und betrug insgesamt 2,4 Tage. Am längsten waren Unternehmen mit über 1.500 Beschäftigten unterwegs: Bei ihnen dauerte jede vierte Geschäftsreise 4 Tage und mehr. Der anteilige Anstieg der Auslandsreisen zeigt sich auch im starken Aufschwung der Übernachtungen dort – um mehr als das Doppelte im Vergleich zum Vorjahr. Inländische Gastgeber konnten ebenfalls einen starken Zuwachs dienstlicher Übernachtungen verzeichnen.
(Abbildungen 6, 11 und 12, Seiten 9 und 13)

Reduktion mit Augenmaß

Auch wenn die Zustimmung zu der Frage nach dauerhafter Reduktion des Geschäftsreisevolumens nicht mehr so stark ist wie in den vergangenen zwei Jahren, so bleibt die grundsätzliche Prognose: Geschäftsreisen werden gegenüber 2019 dauerhaft weniger werden. Das erwarten mehr als die Hälfte der Befragten. An die Stelle von Lockdowns, Reiseverboten und Angebotsstreichungen sind die Energiekrise, Kostensteigerungen und die Förderung von Nachhaltigkeit getreten.
(Abbildung 24, Seite 25)

Das Unwort des Jahres …

…war bereits 2015 „Fachkräftemangel“. Was als Problemdefinition erst mal recht unpräzise daherkommt, wartet also nicht nur seit der Pandemie auf Lösungen. Doch in dieser Zeit gingen Beschäftigte in allen reiserelevanten Branchen in enormem Ausmaß verloren. Im Geschäftsreisebereich wurden die Auswirkungen des Personalmangels spürbar durch Serviceengpässe, verspätete oder komplett ausgefallene Flug- und Zugverbindungen, geschlossene Restaurants und Hotels mit eingeschränktem Betrieb. Dieses hat die Mehrheit der Befragten in der tagtäglichen Arbeit gemerkt.
(Abbildung 16, Seite 17)

Schlüsselthema Nachhaltigkeit

Erneut ist der Anteil von Unternehmen, die sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit im Geschäftsreisebereich einsetzen, gestiegen. Dies zeigt sich bei Einsatz und Planung von verschiedenen Maßnahmen. An erster Stelle wird abgewogen, ob eine Geschäftsreise unbedingt notwendig ist. Die „Reduktion“ bleibt die bevorzugte Maßnahme – sowohl bei den Firmen als auch im öffentlichen Sektor. Neun von zehn Betrieben setzen diese Maßnahme ein oder planen mit ihr. Einen kontinuierlichen Anstieg gibt es bei nachhaltigen Angeboten für Beschäftigte. Im Jahr 2021 haben 67 % der Unternehmen diese Angebote eingesetzt bzw. damit geplant; aktuell sind es bereits 83 %. Im Mittelstand kommt das Nachhaltigkeitsreporting im Mobilitätsbereich heute wesentlich öfter zum Einsatz als noch vor einem Jahr – mit einem Anstieg von 31 % auf 42 %. Dagegen war der öffentliche Sektor im Vorjahr noch recht zurückhaltend in dieser Frage; aber auch dort hat sich das Blatt gewendet: In diesem Jahr melden 66 % der befragten Organisationen, dass sie über Nachhaltigkeit im Mobilitätsbereich bereits Bericht erstatten oder dieses in den nächsten 1–2 Jahren planen.
(Abbildungen 19–21, Seite 20 ff.)

Digitalisierung: Teil der Lösung und Teil des Problems

Digitalisierung in der Kommunikation und Kooperation wurde pandemiebedingt in 82 % der Unternehmen beschleunigt. Sie ist nicht mehr wegzudenken und kann als Alternative zur Geschäftsreise zur Bewältigung der Klimakrise beitragen – ist aber gleichzeitig ein Teil des Problems. Wäre das Internet ein Land, läge es beim Stromverbrauch auf Platz sechs. Verschiedene Studien schätzen den Anteil der globalen digitalen CO_2-Emissionen gleichbedeutend mit der gesamten Flugbranche. Das Thema haben erst 10 % der Unternehmen auf dem Radar. Doch mit der Explosion der Digitalisierung ist es an der Zeit, auch hier Veränderungshebel zu betätigen.
(Abbildung 22, Seite 22)

Die wichtigsten Geschäftsreiseziele im Wandel

92 % der befragten Unternehmen und 86 % der Organisationen im öffentlichen Sektor führen dienstliche Reisen ins Ausland durch. Die Bedeutung der Nachbarländer Schweiz und Österreich ist gestiegen, während die USA und China im Geschäftsreise-Ranking verloren haben – die pandemiegetriebene Abschottung Chinas sowie Restriktionen für die Einreisen in die USA haben ihre Spuren hinterlassen. Auch das Ende Januar 2020 aus der EU ausgetretene Vereinigte Königreich dürfte den Rückgang von Geschäft und Geschäftsreisenden spüren, insbesondere aus den größeren deutschen Unternehmen. In der Bedeutung gestiegen ist Indien. Russland hingegen ist aus dieser Statistik verschwunden.
(Abbildung 26, Seite 26)

2 Geschäftsreisen: Eckdaten/Kennzahlen

Anzahl

„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2022 durchgeführt?“

Trotz schwieriger Rahmenbedingungen erholte sich die deutsche Wirtschaft im Laufe des Jahres 2022 leicht. Das preisbereinigte Bruttoinlandsprodukt (BIP) lag um 1,9 % höher als im Vorjahr[2]. Seit Februar wurde das Jahr jedoch geprägt von den vielschichtigen Folgen des Krieges in der Ukraine und die weiterhin andauernde, wenn auch im Jahresverlauf nachlassende Pandemie. Die Anzahl der Geschäftsreisen spiegelt das wider mit einem Anstieg von 82 % auf 75,1 Millionen. Damit liegen die Zahlen allerdings noch 62 % unter dem Niveau des Rekordjahres 2019. Überdurchschnittlich oft packten die Koffer Dienstreisende aus dem öffentlichen Sektor; hier betrug die Zuwachsrate 99 % (ohne Abbildung).

Die Mehrheit aller Geschäftsreisen findet schon immer im Inland statt. Doch seit 2018 gibt es einen konstanten anteiligen Anstieg von Auslandsreisen mit dem Ergebnis, dass im Jahr 2022 etwa jede vierte Geschäftsreise (26 %) ins Ausland führte. Auch der postpandemische Nachholbedarf spiegelt sich in den Zahlen wider.

Das deutsche Messe- und Kongresswesen hatte auch vergangenes Jahr als Reiseanlass noch hart zu kämpfen: Nachdem 2021 über 70 % der geplanten Messen abgesagt worden waren, wurden im Januar 2022 wegen Messe-Verboten und verschärften Beschränkungen immer noch wenigstens 100 der 390 geplanten Messen in spätere Monate oder in das Jahr 2023 verschoben oder gänzlich gestrichen.[3] Daher blieben viele Messe- und Kongressreisen noch auf der betrieblichen Wunschliste.

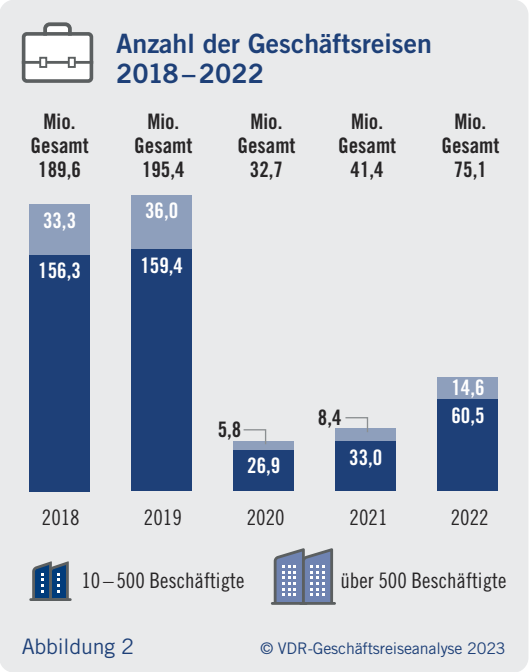


Abbildung 2 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

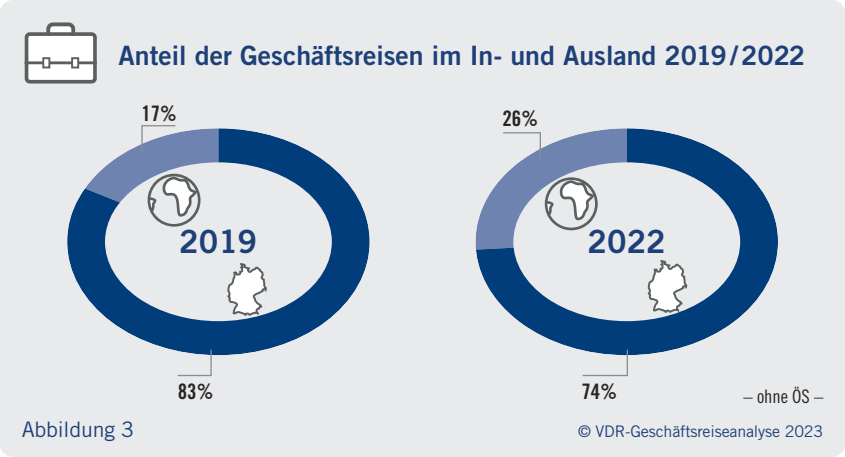


Abbildung 3 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[2] Vgl. Pressemitteilung Nr. 020 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 13. Januar 2023.

[3] Vgl. https://www.auma.de/de/medien/meldungen/100-messen-verschoben-oder-abgesagt sowie https://www.auma.de/de/medien/meldungen/presse-2022-01

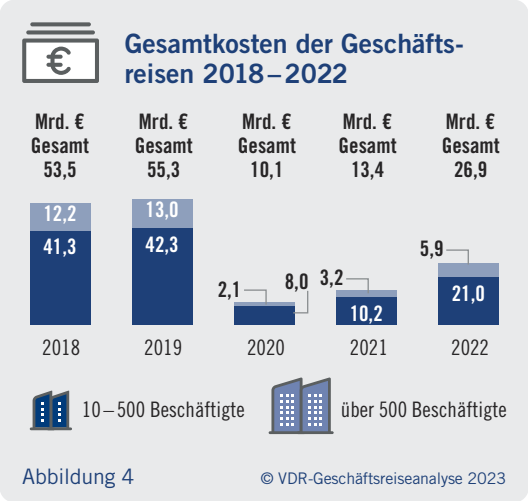


Abbildung 4 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Kosten

„Wie hoch waren im Jahr 2022 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

Die Ausgaben für Geschäftsreisen sind im höheren Tempo gestiegen als das Reisevolumen. Verändertes Reiseverhalten, extreme Energiepreiserhöhungen, verschärfte Material- und Lieferengpässe, das Fehlen von Fachkräften und massiv steigende Preise bei den Leistungsträgern trugen dazu bei, dass die gesamten Geschäftsreisekosten um 101 % auf 26,9 Milliarden Euro zunahmen. Mittelständische Firmen mit 10–500 Beschäftigten haben anteilig mehr ausgegeben als die Größeren.

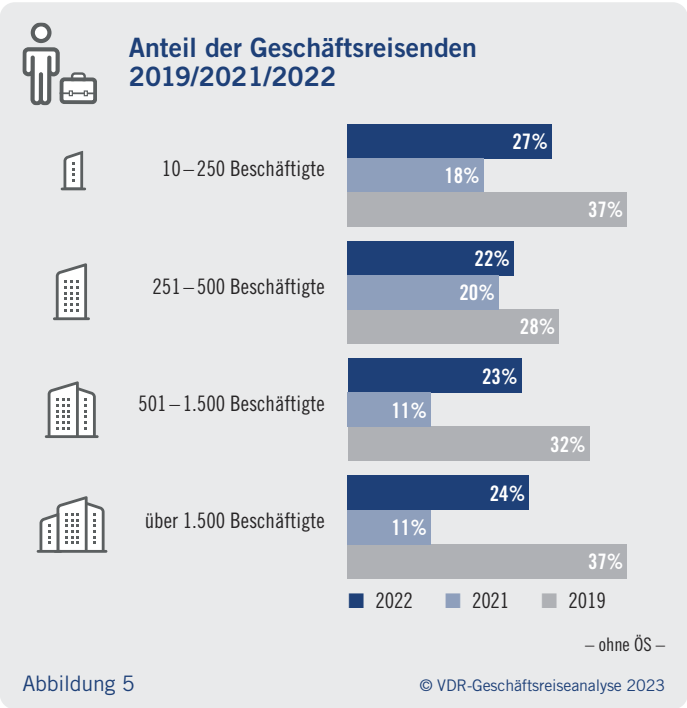


Abbildung 5 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Geschäftsreisende

„Wie viele Geschäftsreisende waren unterwegs?“

Die Anzahl der Geschäftsreisenden erholt sich weiter. Für dringend benötigte Anlässe im persönlichen Austausch packten im Jahr 2021 5,5 Millionen Geschäftsreisende die Koffer und im Jahr 2022 waren es bereits wieder 8,4 Millionen. Insbesondere in den größeren Unternehmen wurde das Mehr an Reisen wieder auf mehr Schultern als 2021 verteilt: Hier hat sich der Anteil der Geschäftsreisenden im vergangenen Jahr verdoppelt. Doch auch diese Kennzahl bleibt entfernt von den Spitzen des Jahres 2019, als der bisherige Höchststand mit 13 Millionen Reisenden erreicht wurde.

Im öffentlichen Sektor steigt der Anteil an Dienstreisenden langsamer. 2021 waren durchschnittlich 16 % und im vergangenen Jahr 23 % der Bediensteten unterwegs. Vor der Pandemie (2019) war jede/r zweite von ihnen mindestens einmal unterwegs. (Ohne Abbildung)

Dauer

❞ Wie lange dauern Geschäftsreisen? ❝

Jahrelang bestand die Tendenz zu kürzeren Geschäftsreisen. Doch der durch die Pandemie hervorgerufene Gegentrend hat sich auch im Jahr 2022 bestätigt und noch verstärkt: Die Durchschnittsdauer der Geschäftsreisen stieg in allen Unternehmensgrößen weiter an und betrug insgesamt 2,4 Tage. Während der Anteil von Tagesreisen kleinerer und mittlerer Unternehmen (KMU) im Jahr 2019 ihren Höchststand mit 70 % erreichten, fanden 2022 nur noch 45 % der Reisen ohne Übernachtung quer über alle Firmengrößen statt. Am längsten waren Unternehmen mit über 1.500 Beschäftigten unterwegs: Bei ihnen dauerte jede vierte Geschäftsreise 4 Tage und mehr – im Vorjahr noch jede fünfte (ohne Abbildung). Auch im öffentlichen Sektor gibt es eine deutliche Verschiebung zugunsten längerer Dienstreisen: Machten im Jahr 2019 Reisen von 4 Tagen und länger noch 6 % aus, so lag ihr Anteil im Jahr 2022 bei 22 % (ohne Abbildung).

Dauer der Geschäftsreisen 2019/2022

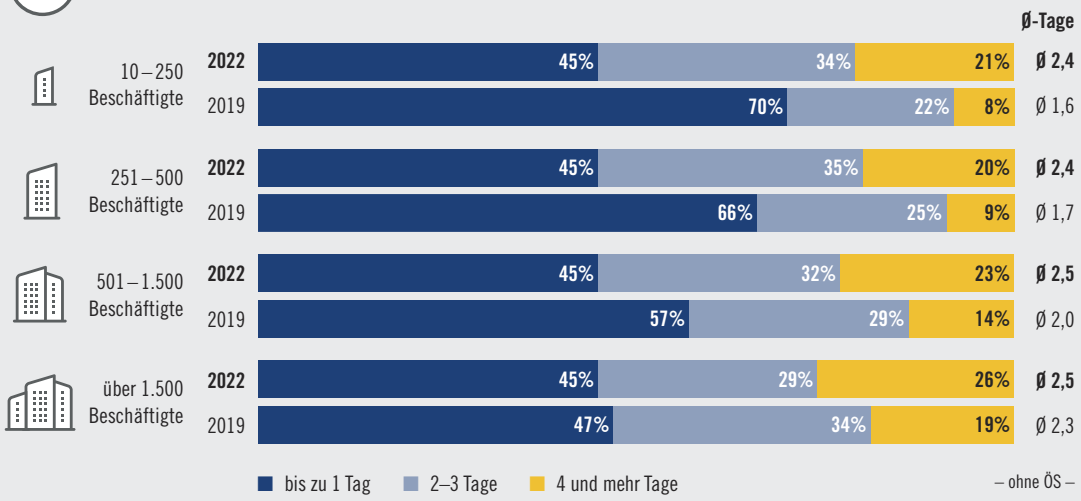


Abbildung 6

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

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

Weitere Begriffserläuterungen finden Sie im VDR-Glossar: *www.vdr-service.de/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 (in den Abbildungen durch „– ohne ÖS –" kenntlich gemacht). Mit „Betrieben" werden sowohl Unternehmen als auch Organisationen des öffentlichen Sektors umfasst. Die Größenklasse mit 10–250 Beschäftigten steht für kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Wenn vom „Mittelstand" gesprochen wird, sind Unternehmen mit 10–500 Beschäftigten gemeint.

3 Struktur der Geschäftsreisekosten

Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2018–2022
Tagesausgaben Geschäftsreisen vs. Urlaubsreisen 2018–2022[4]

	Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise	Ausgaben pro Person und Tag	
		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2022	**371 €**	**154 €**	**95 €**
2021	334 €	147 €	83 €
2020	323 €	161 €	82 €
2019	312 €	162 €	83 €
2018	310 €	162 €	81 €

[4] Eigene Berechnungen, in Anlehnung an FUR, Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalysen 2019-2023. Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

Tabelle 1

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Durchschnittskosten

Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise sind im Vergleich zum Vorjahr um 11 % auf 371 Euro gestiegen, was sowohl auf die Preissteigerungen als auch auf die weiter gestiegene Durchschnittsdauer der Reisen im Jahr 2022 zurückzuführen ist. Außerdem wurden etwa im Flugbereich mehr Tickets für die Business Class gebucht als noch im Jahr 2019.[5] Die Ausgaben pro Person und Reisetag stiegen von 147 auf 154 Euro. Bei Urlaubsreisen wurden pro Person und Tag 95 Euro ausgegeben – so viel wie nie zuvor.[6]

Kostenbereiche

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

Die Gesamtausgaben für Geschäftsreisen stiegen 2021–2022 um 13,5 Milliarden Euro (101 %). Doch beim prozentualen Verhältnis zwischen den verschiedenen Kostenbereichen sind kaum Veränderungen zu den Vorjahren zu verzeichnen. Mit Ausnahme der „sonstigen Kosten“ haben sich die Ausgaben in den einzelnen Blöcken verdoppelt.

Innerhalb der Transportkosten haben sich die anteiligen Ausgaben für erdgebundene Transportmittel zugunsten des Luftverkehrs verringert: Wurden in den Hauptpandemiejahren 2020 und 2021 noch 79 % beziehungsweise 72 % für das geschäftliche Reisen ohne Flugzeug ausgegeben, so waren es im Jahr 2022 nur noch 68 %, was annähernd der Situation im Jahr 2019 entspricht, als dieser Wert bei 62 % lag. Hierfür ursächlich sind vor allem die stark nachgefragten Auslandsreisen gewesen.

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2022

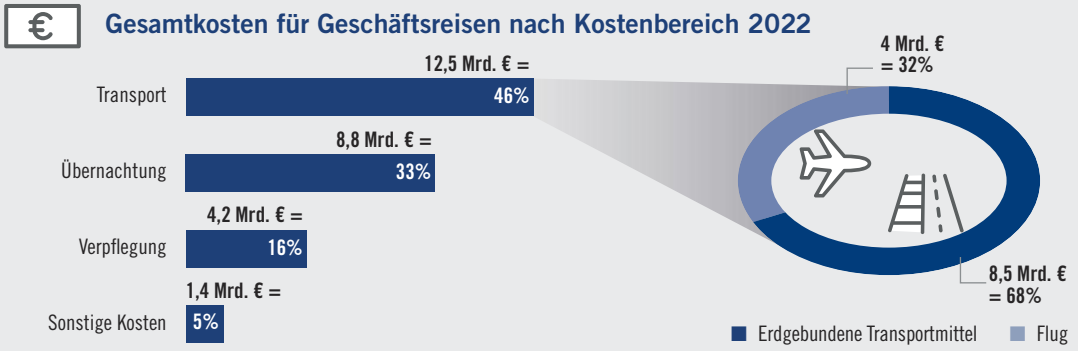


Abbildung 7

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[5] Vgl. https://www.airplus.com/corporate/de/media-relations/presse/pressemitteilungen/2022/btm-trends-2022-08-15.html

[6] Vgl. Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR), Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalyse 2023.

„Wie wichtig ist für Ihr Unternehmen ein vollständiger, transparenter Überblick der erdgebundenen Transportkosten?“
(ohne Flug, aber inkl. Bahn, Taxi, Mietwagen, ÖPNV)

Für die Mehrheit der Geschäftsreiseverantwortlichen ist dieser Überblick wichtig bis sehr wichtig. Vergleichbare Werte finden sich im öffentlichen Sektor (ohne Abbildung). Jede vierte mittelständische Firma sieht in einem vollständigen, transparenten Überblick der erdgebundenen Transportkosten weniger bis keinen Mehrwert. Tendenziell sind dies Unternehmen, die auch keine Reiserichtlinie haben und somit auf ein grundsätzliches Steuerungselement verzichten.

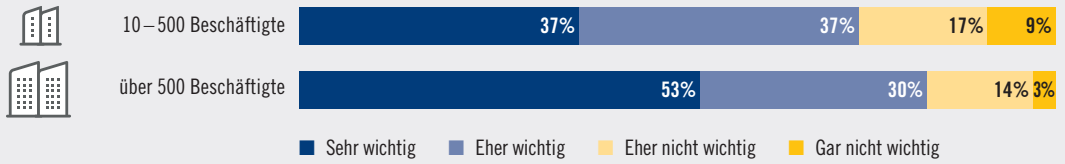
ANZEIGE

Wie bezahlen Unternehmen heute ihre Geschäftsreisen?

Die Antworten dazu lesen Sie in Kapitel 6 – und die besten Lösungen finden Sie bei uns!

Jetzt entdecken: amex.de/bereit

Vollständiger, transparenter Überblick der erdgebundenen Transportkosten



– ohne ÖS –
– Erdgebundene Transportkosten = Kosten ohne Flug, aber inkl. Bahn, Taxi, Mietwagen, ÖPNV –

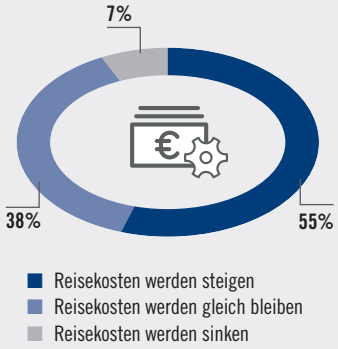
Abbildung 8

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

„Wie hoch schätzen Sie die Geschäftsreisekosten Ihres Unternehmens für das Jahr 2023?“[7]
(Stand zum ersten Halbjahr)

Aufgrund der vielen Unsicherheiten in den vergangenen drei Jahren waren verlässliche Budgets für die meisten Geschäftsreiseverantwortlichen schwierig bis unmöglich zu gestalten. In diesem Jahr konnten 63 % der Befragten sowohl ihre Ausgaben für 2022 angeben als auch Kostenschätzungen für 2023 beziffern. Im Jahr 2022 Jahr konnten nur 33 % diese Angaben machen. Die Sicherheit ist gestiegen: Dass die Geschäftsreiseausgaben mehr werden, erwarten 55 % der Interviewten.

Geschätzte Entwicklung der Geschäftsreisekosten 2023



– ohne ÖS –
– Befragte, die Reisekosten für 2022 nennen und die Entwicklung der Reisekosten für das Jahr 2023 einschätzen können (63 %) –

Abbildung 9

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[7] Hinweis: ohne Kosten für Dienstwagen, Fuhrpark. Nur Kosten, die über die Reisekostenabrechnung dem Reisenden erstattet werden, sowie alle Kosten, die direkt dem Unternehmen in Rechnung gestellt werden.

Reaktionen auf Preissteigerungen

„Wie reagieren Sie auf die Preissteigerungen im Geschäftsreisebereich?“

Das Jahr 2022 brachte die größte Preissteigerung, die das wiedervereinigte Deutschland bisher erlebt hat: Im Jahresdurchschnitt 2022 haben sich die Verbraucherpreise um 7,9 % gegenüber 2021 erhöht. Der höchste Wert wurde im Oktober 2022 mit +10,4 % ermittelt.[8] Die steigenden Kosten für Energie, Lebensmittel und Personal in der Hotellerie sind an Geschäftsreisende weiter gereicht worden, so auch im Transportbereich. Airlines haben nicht nur wegen höherer Kerosinpreise, sondern auch aufgrund der Pandemie-Nachwirkungen samt Kapazitätsknappheit die Ticketpreise zum Teil höher als die Inflationsrate 2022 angehoben. Ein weiterer Anstieg ist zu erwarten.

Diese Entwicklungen haben ausnahmslos alle Interviewten gespürt und Gegenmaßnahmen eingeleitet. Am häufigsten werden persönliche Meetings durch Telefon- und Videokonferenzen substituiert. Die genauere Prüfung der Reiseanlässe ist ein weiterer Weg, um auf Preissteigerungen zu reagieren – vor allem bei größeren Unternehmen. Mit der Bündelung von zwei oder mehreren Geschäftsreisen wird der Aufenthalt zwar länger, aber Transportkosten können optimiert werden. Dieses spiegelt sich auch in der längeren Reisedauer wider. Niedrigere Servicekategorien werden etwa von jedem dritten Unternehmen gebucht, um Kosten zu sparen.

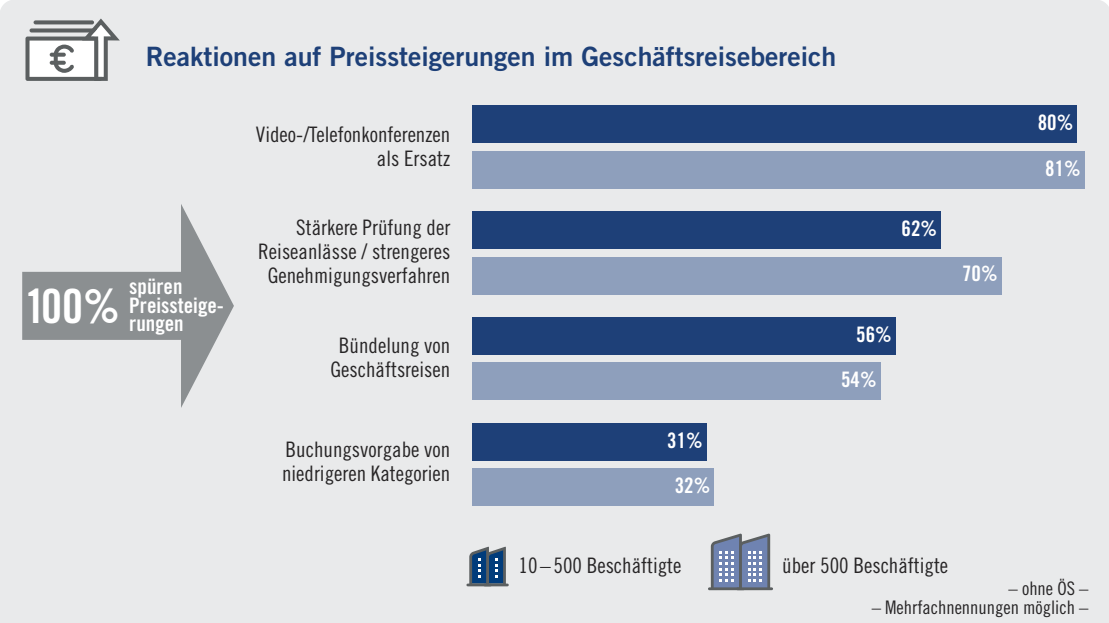


Abbildung 10

[8] Vgl. Pressemitteilung Nr. 022 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 17. Januar 2023.

ANZEIGE

Qualitätsgeprüfte Hotels. Weltweites Angebot. Vielfältiges Portfolio.

BWH Hotels – ein starker Hotelpartner an Ihrer Seite. Unsere Lösungen richten sich exakt nach Ihren individuellen Anforderungen. Alle 4.500 Hotels weltweit – von Economy bis Luxus – garantieren einheitliche Qualitätsstandards unter Beibehaltung ihres individuellen Stils.

4 Übernachtungen – Gesamtentwicklung

„Wie oft haben Beschäftigte Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen übernachtet?“[9]

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

Nach der ersten noch eher geringfügigen Erholung im Jahr 2021 stiegen die Übernachtungen deutscher Geschäftsreisender im vergangenen Jahr kräftig an: eine nahezu Verdoppelung auf 47,6 Millionen (+97 %). Zu dieser Entwicklung haben alle Betriebsgrößen in ähnlichem Maße beigetragen.

Der anteilige Anstieg der Auslandsreisen zeigt sich nicht nur in der höheren Reisedauer, sondern entsprechend auch im starken Aufschwung der Übernachtungen. Sie stiegen von 5,5 Millionen auf 13,2 Millionen. Auch inländische Gastgeber haben den Unterschied mit fast doppelt so vielen dienstlichen Übernachtungen gemerkt. Die Zuversicht der Branche konnte nach zwei von der Pandemie beeinträchtigten Jahren langsam wachsen.

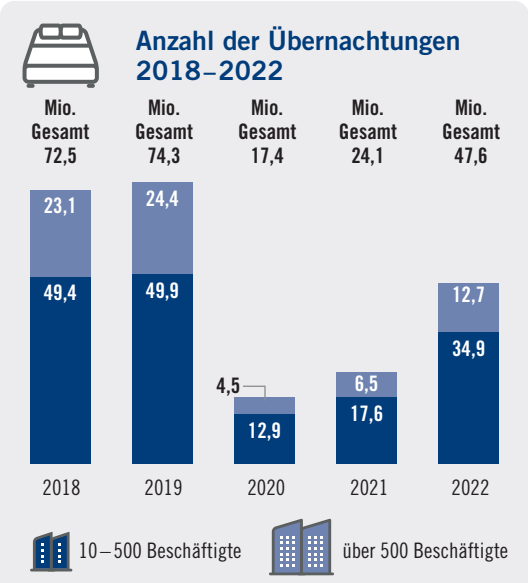


Abbildung 11 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

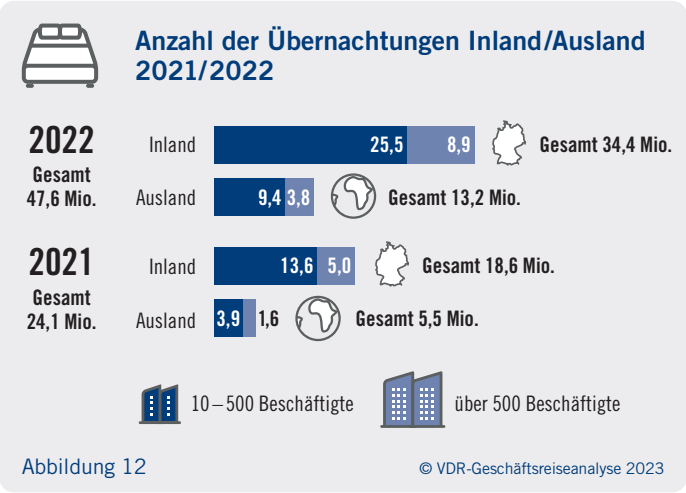


Abbildung 12 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[9] Anzahl Übernachtungen = roomnights.

5 Aktuelle Entwicklungen im Travel Management

Ganzheitliches Mobilitätsmanagement

„Gibt es in Ihrem Unternehmen Ansätze, das Thema Mobilität ganzheitlich zu betrachten und an einer Stelle zu bündeln?“

Neben Geschäftsreisen gehören zur Mobilitätsstrategie der Unternehmen auch Pendeln, Niederlassungsverkehre sowie durch das Unternehmen geförderte, privat zu nutzende Mobilitätsangebote. Auch die dazugehörigen Kosten, Prozesse und Klimabilanzen müssen im Auge behalten werden. Die Bündelung der vielfältigen Verantwortlichkeiten rund um die betriebliche Mobilität ist für 59 % der größeren und 47 % der kleineren Unternehmen ein Thema, aber insgesamt rückläufig.

Mögliche Gründe aus der Praxis dafür könnten sein, dass sich das „Zusammenwachsen“ schwieriger als erwartet gestaltet: Ganzheitliche Ansätze sind oft noch immer nicht im Fokus und geraten aus dem Blickwinkel, vor allem wenn es um Kosten geht. Auch wegen Kapazitätsknappheit muss zuerst darauf geachtet werden, die Reisenden zum Zielort zu bringen. Als Folge wird die sinnvolle Umgestaltung von Verantwortlichkeiten und Prozessen häufig in die Zukunft vertagt. Insbesondere bei kleineren Unternehmen sind aufgrund gestiegener Kosten in vielen Bereichen finanzielle und personelle Kapazitäten erst einmal aufgebraucht.

Ansätze zur ganzheitlichen Mobilität

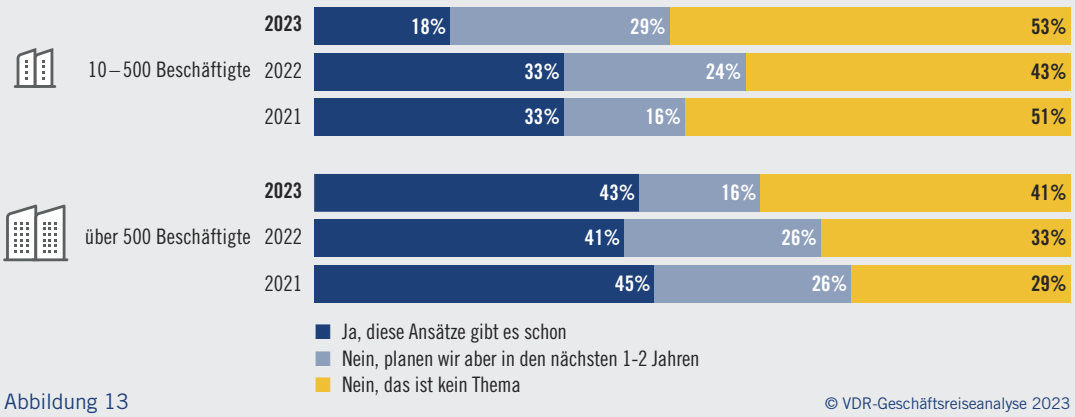


Abbildung 13

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Reiserichtlinie

„Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Reiserichtlinie?"

In den KMU lässt der Einsatz einer Reiserichtlinie über die Jahre hinweg nach, während die absolute Mehrheit von Firmen mit über 250 Beschäftigten und auch der öffentliche Sektor (78 %, ohne Abbildung) damit arbeitet. Die Vorteile einer Regelung von der Planung bis zu den administrativen Aufgaben nach der Reise sind vor allem Transparenz und Effizienz. Für die Reiserichtlinie sollten unter anderem folgende Punkte berücksichtigt werden: Geschäfts- und Nachhaltigkeitsziele, Bedürfnisse der Reisenden, Budgets, Buchungskanäle und Abrechnungswege.

Unternehmen mit Reiserichtlinie

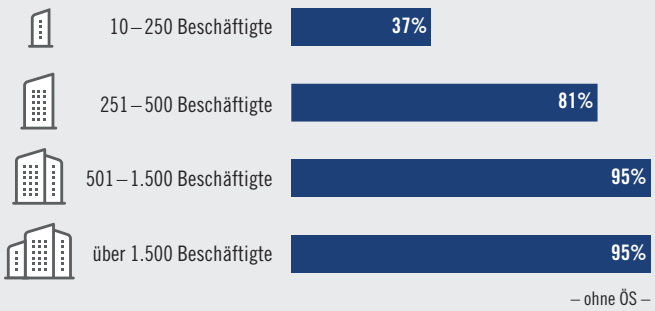


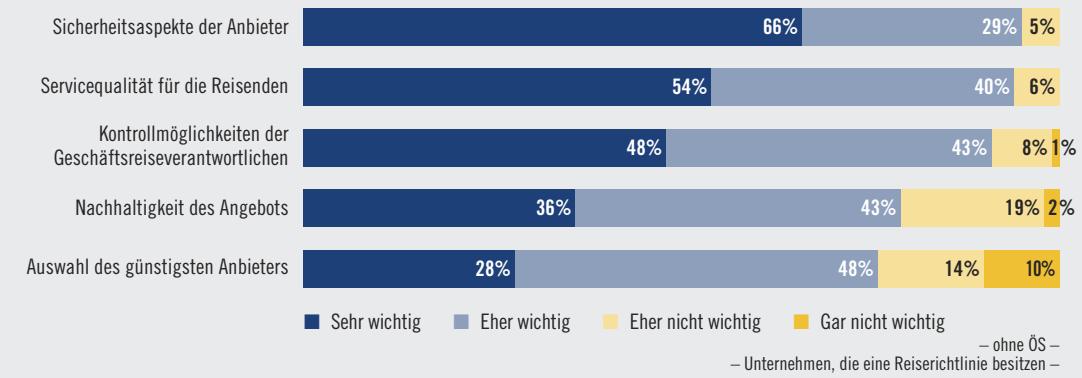
Abbildung 14

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

„Wie wichtig waren Ihnen die folgenden Aspekte bei der Auswahl der Leistungsträger im Rahmen Ihrer Reiserichtlinie?“

Auch für die begründete Auswahl von Leistungsträgern ist die Reiserichtlinie von Bedeutung. Hierbei sind Qualitätsaspekte um die Sicherheit (95 %) und den Service (94 %) am wichtigsten. Kontrollmöglichkeiten werden auch hochgeschätzt – für 48 % der Geschäftsreiseverantwortlichen sind sie „sehr wichtig“. Die Nachhaltigkeit des Angebots ist für 36 % „sehr wichtig“ und 43 % „eher wichtig“. Sie steht damit in der Rangfolge bereits vor dem günstigsten Preis. Für das günstigste Angebot entscheiden sich 28 % der Befragten und für 48 % ist dieser Aspekt auch „eher wichtig“, wenn auch nicht unbedingt ausschlaggebend.

Aspekte bei der Auswahl der Leistungsträger im Rahmen der Reiserichtlinie



– ohne ÖS –
– Unternehmen, die eine Reiserichtlinie besitzen –

Abbildung 15

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Fachkräftemangel

„Nehmen Sie den Fachkräftemangel bei der Organisation von Geschäftsreisen wahr?“

Das „Unwort des Jahres“ 2015 hat Deutschland weiterhin im Griff. Als die Pandemie die Wirtschaft und die Reisebranche insgesamt zeitweise lahmlegte, wurden viele Mitarbeitende entlassen oder sie haben sich neu orientiert.[10] Die Auswirkungen des Personalmangels wurden spürbar durch Serviceengpässe an vielen Stellen: verspätete oder komplett ausgefallene Flug- und Zugverbindungen, geschlossene Restaurants und Hotels mit eingeschränktem Betrieb. Dieses hat auch die Mehrheit der Befragten in der tagtäglichen Arbeit gemerkt, insbesondere in größeren Firmen (68 %) und in den KMU (64 %). Im öffentlichen Sektor wird der Fachkräftemangel bei der Dienstreiseorganisation von 58 % der Befragten wahrgenommen (ohne Abbildung).

Besonders gravierend sind die Störungen im Geschäftsreisebetrieb, wenn viele Beschäftigte unterwegs auf Problemlösungen warten, um die eigentlichen Ziele ihrer Reise erfüllen zu können. Der Fachkräftemangel in der Dienstleistungskette kann so eine Kaskade von negativen Folgen auslösen wie Verlust von Neugeschäft sowie Terminverzögerungen verschiedenster Art. Aber auch die kostenintensive Umbuchung ganzer Geschäftsreisen und dadurch resultierende Probleme im privaten Bereich der Beschäftigten sowie Demotivation können daraus entstehen.

Wahrnehmung des Fachkräftemangels bei der Organisation von Geschäftsreisen

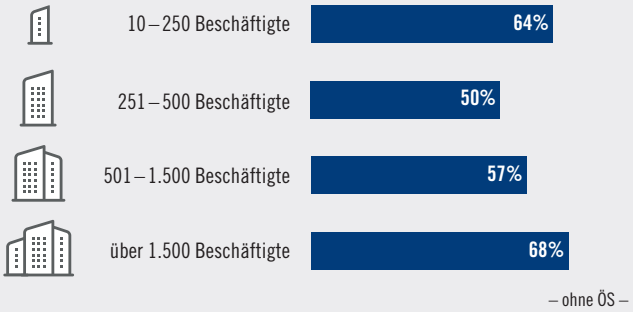


Abbildung 16

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[10] Beispielsweise DEHOGA konstatierte im April 2022, dass die Hotellerie etwa 100.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte verlor, vgl. https://www.bundestag.de/resource/blob/888954/b3e97b7092a399ced16ffe8d18fe54d2/Stellungnahme_DEHOGA-data.pdf

BEREIT FÜR BUSINESS.

Unternehmen noch erfolgreicher machen:
Dazu tragen wir seit mehr als 100 Jahren im deutschen Markt bei – mit innovativen Produkten und Lösungen für Ihre Geschäftsausgaben.

Sprechen Sie uns einfach an, wir beraten Sie individuell.

Mehr erfahren: amex.de/bereit

6 Bezahlung von Geschäftsreisen

„Wie werden Geschäftsreisen in Ihrem Unternehmen bezahlt?“

Eine Firmenkreditkarte[11] ist mittlerweile das beliebteste Zahlungsmittel. Sie wird „überwiegend“ von 58 % der Unternehmen eingesetzt. Die Bezahlung auf Rechnung ist ebenfalls beliebt. 49 % set-

Bezahlung von Geschäftsreisen

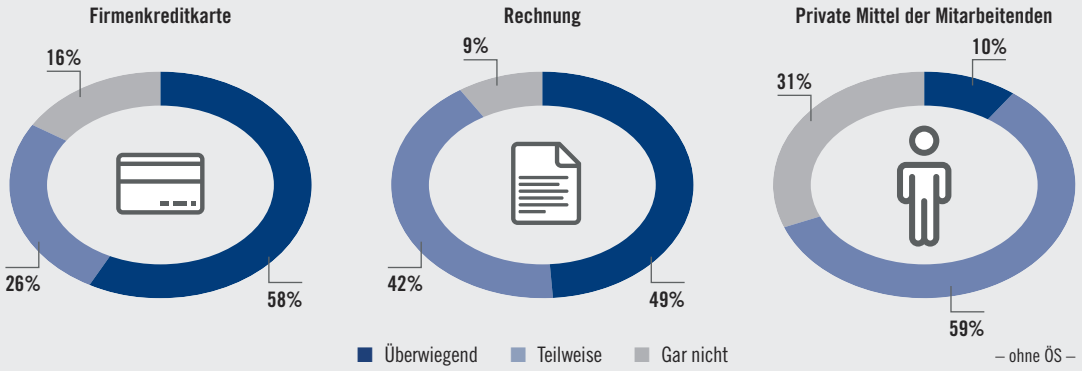


Abbildung 17

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[11] Mit Firmenkreditkarte sind hier sowohl Reisestellenkarten als auch Corporate Cards gemeint.

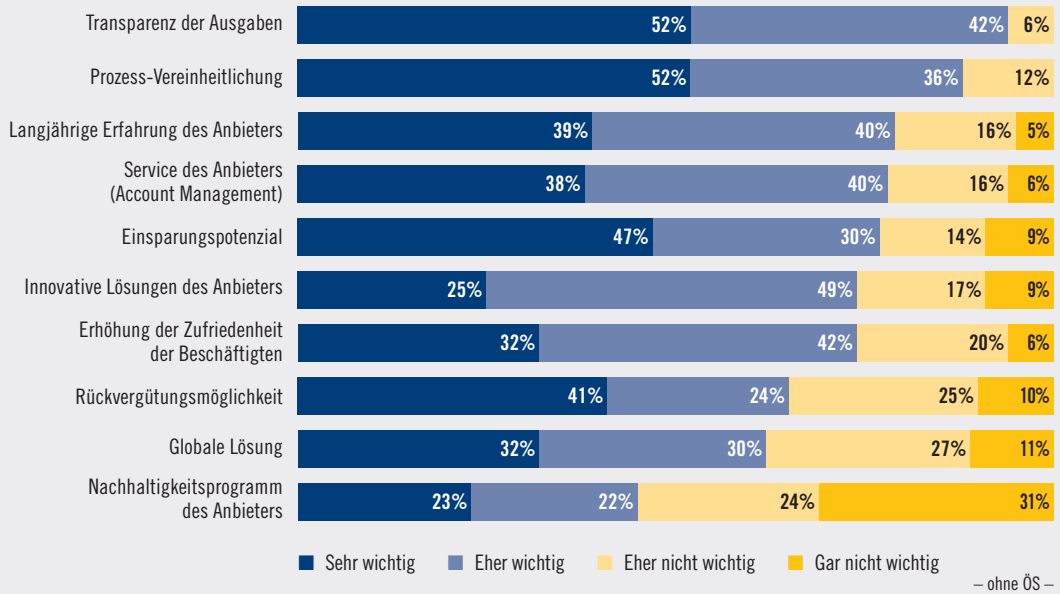
zen sie „überwiegend“ und 42 % „teilweise“ als Zahlungsmittel ein. Das Portemonnaie der Beschäftigten wird von 31 % der Firmen gar nicht angetastet. Dieses Muster ist in den KMU ähnlich wie in den großen Firmen. Wenn vereinzelt weitere Zahlungswege genannt wurden, dann hauptsächlich Barmittel aus der Firmenkasse. Der öffentliche Sektor verlässt sich etwas weniger oft auf die Firmenkreditkarte als die Privatwirtschaft; hier kommt sie „überwiegend“ zu 48 % zum Einsatz (ohne Abbildung).

Als hauptsächliche Gründe für Nichtnutzung werden von den Geschäftsreiseverantwortlichen größerer Firmen mit über 500 Beschäftigten ein zu hoher interner Verwaltungsaufwand (60 %) und Zufriedenheit mit der bisherigen Abrechnungsart (48 %) genannt. „Zu wenig Geschäftsreisen“ geben nur kleinere Unternehmen als Grund an (18 %). (Ohne Abbildung)

❞ Wie wichtig waren die folgenden Aspekte bei der Entscheidung für die Anschaffung einer Firmenkreditkarte? ❝

Unternehmen, die Firmenkreditkarten nutzen, nennen als Hauptgründe Ausgabentransparenz und die Vereinheitlichung von Prozessen. An den nächsten Stellen folgen anbieterabhängige Aspekte: Erfahrung und Service sind ähnlich wichtige Entscheidungsgründe. Einsparungspotenziale aufgrund der Anschaffung einer Firmenkreditkarte sind für fast die Hälfte der Befragten „sehr wichtig“ (47 %). Das Nachhaltigkeitsprogramm spielt von den hier angeführten Kriterien insgesamt die geringste Rolle, doch für 23 % der Nutzenden ist es „sehr wichtig“ und für 22 % „eher wichtig“.

Aspekte bei der Anschaffung einer Firmenkreditkarte



– ohne ÖS –
– Unternehmen, die Firmenkreditkarten einsetzen –

Abbildung 18

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

7 Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Reporting

„Gibt es in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation ein Reporting zum Thema Nachhaltigkeit im Mobilitätsbereich?“

„Wenn ja, sind erdgebundene Transportmittel (ohne Flug) Bestandteil Ihres Nachhaltigkeitsreportings?“

Seit dem 5. Januar 2023 ist in der EU die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) in Kraft, welche die Pflichten zur Nachhaltigkeitsberichterstattung erweitert. Diese neue Richtlinie modernisiert und stärkt die Vorschriften über die Informationen, die Unternehmen zu den Bereichen Ökologie, Soziales und Methoden der Unternehmensführung zu melden haben. Ein breiteres Spektrum großer Unternehmen sowie börsennotierter KMU wird verpflichtet sein, über Nachhaltigkeit zu berichten. Die ersten Unternehmen müssen die neuen Regeln erstmals im Geschäftsjahr 2024 für die im Jahr 2025 veröffentlichten Berichte anwenden.[12] Daher ist der Anteil von Unternehmen mit über 500 Beschäftigten, die bei dieser Frage nach wie vor „kein Thema“ sagen, mit 29 % noch recht hoch. Positiv ist jedoch die Tatsache, dass im Mittelstand das Nachhaltigkeitsreporting im Mobilitätsbereich heute wesentlich öfter zum Einsatz kommt als noch vor einem Jahr – ein Anstieg von 31 % auf 42 %. Waren im öffentlichen Sektor im Vorjahr noch 44 % der Organisationen zurückhaltend in dieser Frage, so hat sich auch dort das Blatt gewendet: In diesem Jahr melden 66 % von ihnen, dass sie über Nachhaltigkeit im Mobilitätsbereich bereits Bericht erstatten (45 %) oder dieses in den nächsten 1-2 Jahren planen (21 %).

Die Frage, ob erdgebundene Transportmittel im Bereich Geschäftsreisen Bestandteil ihrer Berichte sind, bejaht die deutliche Mehrheit der Unternehmen, die Nachhaltigkeitsreportings einsetzen – 73 % der kleineren und 83 % der größeren Firmen (ohne Abbildung).

Existenz eines Nachhaltigkeitsreportings im Mobilitätsbereich

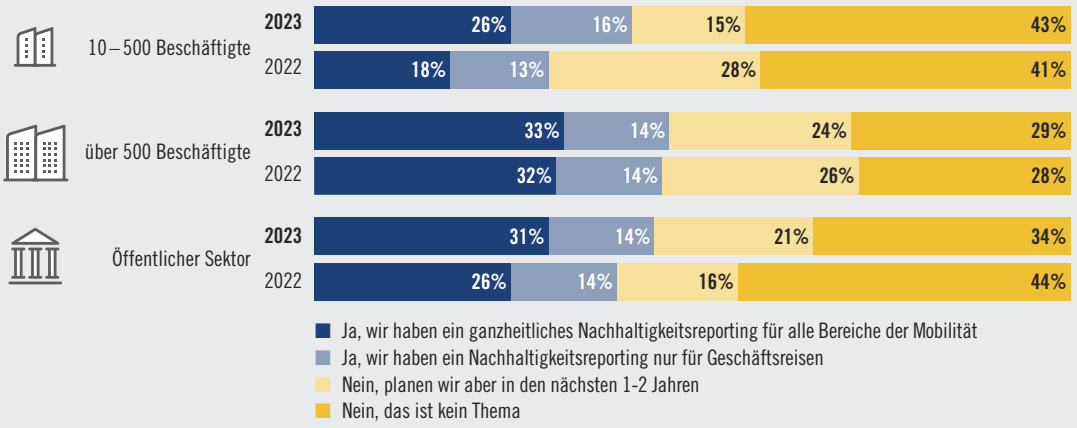


Abbildung 19

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

[12] Alle großen Unternehmen und alle an geregelten Märkten börsennotierten Unternehmen (ausgenommen börsennotierte Kleinstunternehmen), vgl. https://ec.europa.eu/info/business-economy-euro/company-reporting-and-auditing/company-reporting/corporate-sustainability-reporting_de

Fördernde Maßnahmen

„Welche Maßnahmen setzen Sie im Bereich Geschäftsreisen und Mitarbeitermobilität ein oder planen Sie, um Nachhaltigkeit zu fördern?“

Das Thema Nachhaltigkeit hat mittlerweile alle Bereiche der Gesellschaft erreicht. Erneut ist der Anteil von Unternehmen, die sich aktiv für mehr Nachhaltigkeit im Geschäftsreisebereich einsetzen, gestiegen. Dies zeigt sich im Einsatz und den Planungen von verschiedenen Maßnahmen. Zu Beginn der Planung wird abgewogen, ob eine Geschäftsreise unbedingt notwendig ist. Somit bleibt die Reduktion an Platz Eins der Maßnahmen sowohl bei den Firmen als auch im öffentlichen Sektor. Neun von zehn Betrieben setzen diese ein oder planen mit ihr.

Einen kontinuierlichen Anstieg gibt es bei nachhaltigen Angeboten für Beschäftigte. Im Jahr 2021 haben 67 % der Unternehmen diese Angebote eingesetzt bzw. damit geplant, aktuell sind es bereits 83 % (siehe Abbildung 20 und 21) – ähnlich wie im öffentlichen Sektor (ohne Abbildung). Nachhaltige Mobilitätsbudgets, die bei 66 % der Firmen eingesetzt bzw. geplant werden, könnten dazu als eine Maßnahme wirken.

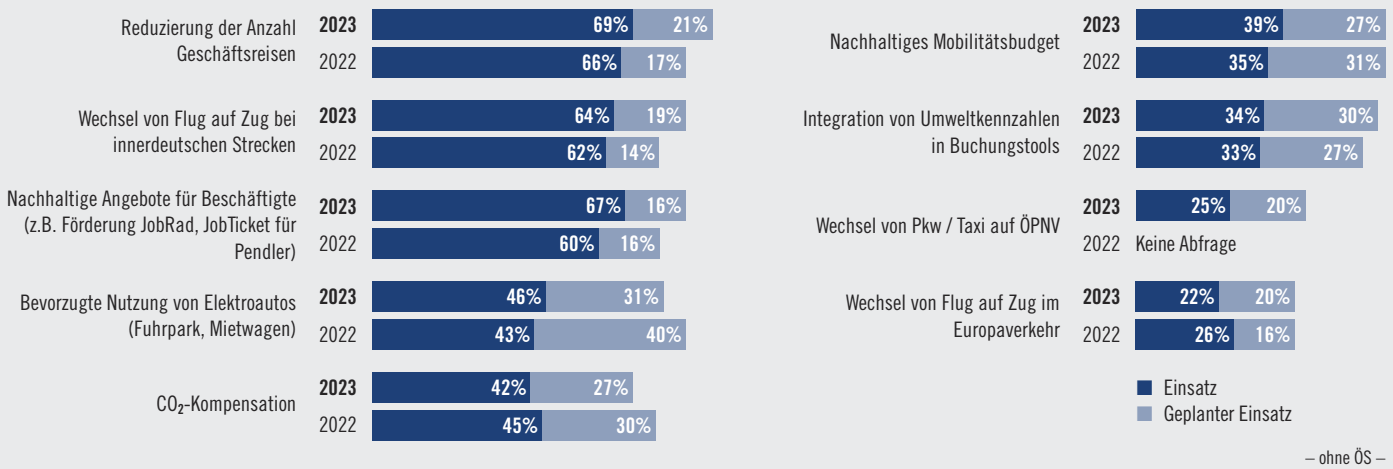
Auf Elektromobilität setzen nach wie vor etwa vier von fünf Unternehmen. Auch CO_2-Kompensation stagniert in der Beliebtheit. Im Jahr 2023 gleichen 42 % der Befragten den Fußabdruck ihrer Geschäftsreisenden finanziell aus und 27 % haben diese Maßnahme ins Auge gefasst. Doch um insgesamt die Ziele des Pariser Abkommens zu erreichen, müssten Unternehmen die Möglichkeit bekommen, Netto-Null-Verpflichtungen (net-zero commitments) in Handlungen umzusetzen, indem sie in Emissionsminderungsprojekte (statt Kompensationsangebote) investieren, wo sie die größte Wirkung haben werden. Denn die Erreichung der Netto-Null erfordert, dass Unternehmen die Menge an Treibhausgasen, die sie ausstoßen, mit der Menge ausgleichen, die sie an anderer Stelle entfernen lassen.[13]

Generell gilt „nur was man misst, kann man auch managen“: 34 % der Unternehmen haben Umweltkennzahlen in ihre Buchungstools integriert und 30 % planen dies.

Im ersten Pandemiejahr (2020) vollzogen viele den Wechsel vom Flugzeug auf die Bahn – oft gezwungenermaßen (91 %, ohne Abbildung). Auch weiterhin ist auf innerdeutschen Strecken der Wechsel von Flug- auf Zugreisen die zweitbeliebteste Maßnahme zur Förderung der Nachhaltigkeit (83 %).

[13] Vgl. https://www.iif.com/tsvcm und https://www.ipcc.ch/2022/04/04/ipcc-ar6-wgiii-pressrelease/ sowie https://newclimate.org/resources/publications/corporate-climate-responsibility-monitor-2023

(Geplante) Maßnahmen zur Förderung der Nachhaltigkeit



– ohne ÖS –

Abbildung 20

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

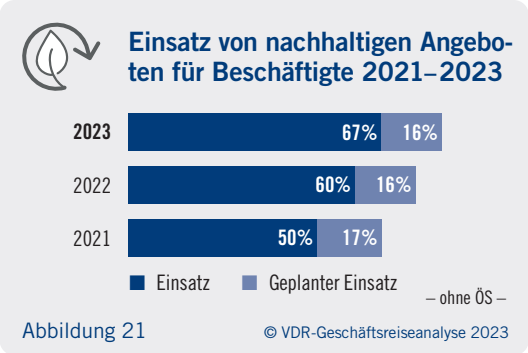


Abbildung 21 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Es bleibt abzuwarten, ob das im Mai eingeführte Deutschland-Ticket den Wechsel von Pkw / Taxi auf den ÖPNV ebenfalls beflügeln wird.

Im europäischen grenzüberschreitenden Schienenverkehr tut sich etwas, denn die EU hat Ende Januar 2023 die Unterstützung von zehn Pilotprojekten angekündigt, mit denen neue grenzüberschreitende Bahnverbindungen eingerichtet oder bestehende verbessert werden sollen: Die ausgewählten Projekte werden vor allem zusätzliche Zugverbindungen zwischen Großstädten wie Paris, Amsterdam, Barcelona, München, Mailand oder Rom ermöglichen.[14] Um eine gute Alternative für mehr Geschäftsreisende darzustellen, braucht es transparente, leicht buchbare (Tag- und Nacht-) Angebote mit Preistransparenz und Verlässlichkeit, bis mehr Firmen als aktuell auch im Europaverkehr auf die Bahn umsteigen. Zurzeit tun das 22 % der Unternehmen, und 20 % planen dies.

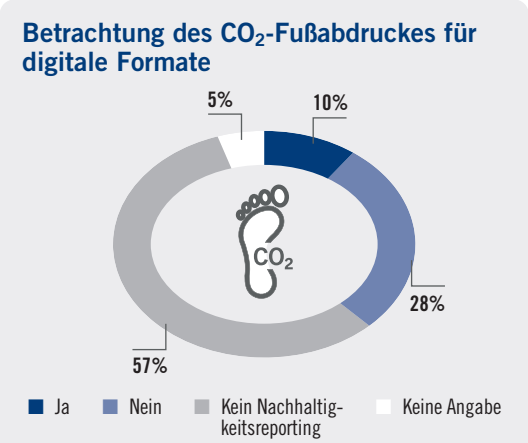


Abbildung 22 © VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Digitale Formate

„Betrachten Sie in Ihrem Unternehmen auch den CO_2-Fußabdruck für digitale Formate (z.B. Videokonferenzen als Geschäftsreiseersatz)?“

Im vergangenen Jahr zeigte sich: Digitalisierung in der Kommunikation und Kooperation wurde pandemiebedingt in 82 % der Unternehmen beschleunigt.[15] Als Alternative zur Geschäftsreise kann sie zur Bewältigung der Klimakrise beitragen – ist aber gleichzeitig ein wesentlicher Teil des Problems. Wäre das Internet ein Land, läge es beim Stromverbrauch auf Platz sechs.[16] Zudem soll die weltweite Datenmenge laut Prognosen von rund 33 Zettabyte (ZB) im Jahr 2018 auf 175 ZB im Jahr 2025 steigen – also um rund 27 % jedes Jahr.[17]

Das nicht mehr wegzudenkende globale Cloud-Computing – jedes gestreamte Video, alle Websites, Suchanfragen und Postings, die weltweit beruflich und privat milliardenfach ausgeführt werden – steigert den Energiebedarf und somit auch die CO_2-Emissionen. Verschiedene Studien schät-

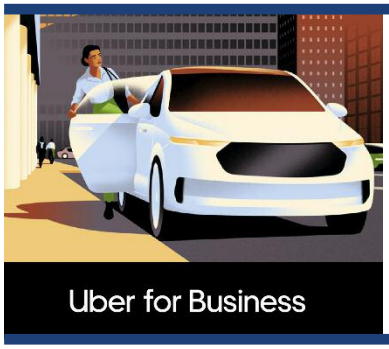
[14] Vgl. https://www.lok-report.de/news/europa/item/38749-europaeische-union-10-eu-pilotprojekte-zur-foerderung-des-grenzueberschreitenden-schienenverkehrs.html

[15] Vgl. VDR-Geschäftsreiseanalyse 2022, Kapitel 7, „Digitalisierung und Arbeitsmodelle“, Seite 24.

[16] Vgl. Greenpeace – Clicking Clean: Wie Unternehmen ein umweltfreundliches Internet erschaffen (Zusammenfassung) Hamburg, 2014.

[17] Vgl. https://www.iwd.de/artikel/datenmenge-explodiert-431851/

ANZEIGE



Volle Kontrolle über Ihre CO_2-Bilanz.

Mit Uber for Business verwalten Sie die Geschäftsfahrten Ihres Teams über ein einziges Dashboard: Erstellen Sie individuelle Programme, automatisieren Sie Abrechnungen mit Partner-Integrationen und erreichen Sie Ihre Nachhaltigkeitsziele dank umsetzbarer Kennzahlen.

zen den Anteil der digitalen globalen CO_2-Emissionen auf 2,3 bis 3,7 %, womit sie gleichzusetzen sind mit den Emissionen der gesamten Flugbranche.[18] Den Hauptanteil dieses „digitalen Fußabdrucks“ verursachen Video-Streamings mit ihren großen Datenmengen. Daher sind Online-Meetings als Geschäftsreiseersatz auch nicht ohne Auswirkungen auf das Klima und ihre Analyse durchaus interessant, um gute Entscheidungen zu treffen.

Da 57 % der Befragten noch kein Nachhaltigkeitsreporting einsetzen, ist es nicht weiter verwunderlich, dass dieses Thema erst 10 % der Unternehmen und 9 % der Organisationen im öffentlichen Sektor auf dem Radar haben. Doch mit der Explosion der Digitalisierung – webbasierte Konferenzen, Bildung, Zusammenarbeitsanwendungen, Entwicklung neuer digitaler Geschäftsmodelle usw. – ist es an der Zeit alle Veränderungshebel zu berücksichtigen:

- Standort und Energiequellen der Server
- Speicherung und Verarbeitung von Daten in der Cloud
- Nachhaltiges Lifecycle Management von Geräten
- Effizient betriebene Anwendungen
- Verantwortungsvolle Unternehmensführung, verantwortungsbewusste Beschäftigte.[19]

Incentivierung

„Belohnen („incentivieren“) Sie nachhaltiges Reisen Ihrer Geschäftsreisenden? Wenn ja, wie?“

Betriebe, die ihre Geschäftsreisenden mit Incentives zusätzlich motivieren, auf die Nachhaltigkeit ihrer Reisetätigkeit zu achten, bleiben noch in der Minderheit. Belohnungen hierfür sind heute häufiger in kleineren Unternehmen (5 %) zu finden, aber öfter geplant in größeren Firmen (20 %). Die Palette an Belohnungsideen ist kreativ „von A“ wie Abonnements „bis Z“ wie Zeit – wohlgemerkt „freie Zeit“.

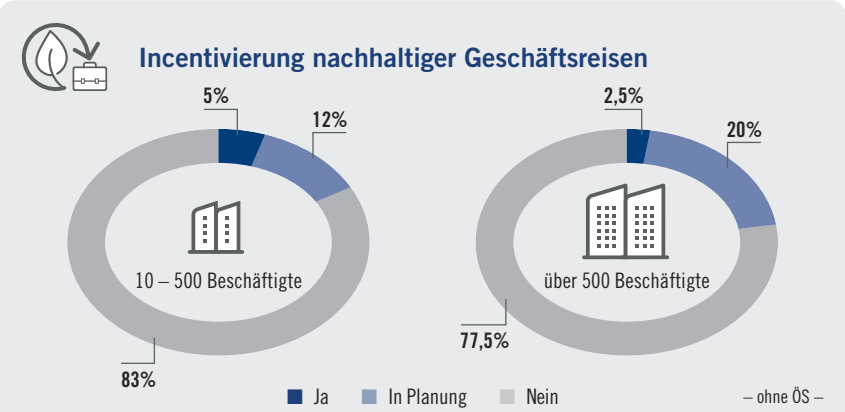


Abbildung 23

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Zu den motivierenden Aufmerksamkeiten zählen u.a. Gutscheine für Bioläden, Bioartikel und -obst, Sport, Wellness und Freizeitaktivitäten. Aber auch ÖPNV-Tickets, Vergünstigungen bei der Buchung von City-Bikes oder E-Rollern oder auch die Möglichkeit, eine Geschäftsreise mit einem privaten Aufenthalt zu verlängern wurden als Gegenleistung für nachhaltiges Handeln genannt.

Unter dem Motto „Transparenz schaffen, Bewusstsein stärken, Umsetzung fördern“ hat sich das VDR-Kompetenzteam Nachhaltigkeit gebildet. Dies ist ein Gremium aus ehrenamtlichen Experten, die sich seit 2021 klimarelevanten Fragen angenommen haben, damit Unternehmensmobilität erhalten bleibt und gleichzeitig die Nachhaltigkeitsziele erreicht werden. Die Ergebnisse und Empfehlungen beinhalten konkrete Umsetzungshilfen für Travel- und Mobilitätsmanager.[20]

Wer sein Wissen zur Gestaltung, Implementierung und zum Monitoring von Maßnahmen für mehr Nachhaltigkeit im Bereich der betrieblichen Mobilität ausbauen möchte, findet bei der VDR-Akademie eine Auswahl von Seminaren. Im Vordergrund stehen moderne Methoden und der Austausch untereinander.[21]

[18] Vgl. https://theshiftproject.org/wp-content/uploads/2019/03/Lean-ICT-Report_The-Shift-Project_2019.pdf

[19] Mehr zum Thema samt einfacher Ansätze, um Emissionen im digitalen Alltag zu reduzieren, vgl. https://www.myclimate.org/de/informieren/faq/faq-detail/was-ist-ein-digitaler-co2-fussabdruck/ sowie https://petricore.eco/2021/07/15/was-bedeutet-klimaneutral-und-warum-heute-klimapositiv-angesagt-ist/

[20] Vgl. https://www.vdr-service.de/nachhaltigkeit

[21] Aktuelle Kurse zum Thema „Nachhaltigkeit im Travel Management“ auf www.vdr-akademie.de. Die Nachfrage ist hoch und die Termine schnell ausgebucht.

VDR-Vizepräsidentin und Travel Managerin bei DATEV eG

Brauchen wir mehr Motivation für nachhaltigere Geschäftsreisen Frau Pirner?

Die Antworten aus der Praxis in der VDR-Geschäftsreiseanalyse zeigen, dass auf der Seite der Unternehmen positive Entwicklungen in Bezug auf klimabewusstes Handeln und Planen zu verzeichnen sind. Die Maßnahmen hierzu haben sich in den Firmen verfestigt – angefangen bei der „Reduktion der Reisetätigkeit“ bis hin zu Nachhaltigkeitsreportings, die allerdings bei vielen Unternehmen bald verpflichtend werden. Es freut mich, dass die Zahlen einen kontinuierlichen Anstieg bei nachhaltigen Angeboten für Beschäftigte belegen: Mittlerweile setzen über 80 Prozent der Unternehmen nachhaltige Angebote ein oder planen es.

Was wir in der Praxis aber auch sehen, es existiert eine Lücke zwischen dem Anspruch der Unternehmen und der Aktion bei den Reisenden. Je größer der Betrieb ist, umso eher erwarten die Beschäftigten, dass ihr Unternehmen Flagge zeigt und Regelungen vorgibt.[22] Liegt die Wahl aber bei den Reisenden, kann eine Incentivierung die Entscheidungen in Richtung Nachhaltigkeit lenken. Wie unsere Ergebnisse zeigen, gibt es bereits entsprechende Ansätze, die Reisenden zu nachhaltigem Handeln zu motivieren, beispielsweise mit verschiedenen Gutscheinen bis hin zur Bezuschussung von Freizeitaktivitäten! Der Kreativität sind dabei wenig Grenzen gesetzt und gute Ideen sind gefragt. In diesem Sinne gilt es innovative und zielführende Konzepte zu kreieren, um in Zukunft den Einklang von notwendiger geschäftlicher Mobilität und dem Erreichen der Klimaziele in den Unternehmen weiter zu optimieren.

Inge Pirner, VDR-Vizepräsidentin

Förderer der nachhaltigen Unternehmensmobilität im VDR für das Jahr 2023

AIRFRANCE KLM DELTA

CWT

AirPlus INTERNATIONAL

DB

BWH Hotels

LUFTHANSA GROUP

[22] Vgl. http://reiseanalyse.de/wp-content/uploads/2023/01/UBA_Nachhaltigkeit_bei_Urlaubsreisen_Bericht2022-1.pdf, Seite 68

8 Ausblick

Reisevolumina

„Inwiefern stimmen Sie der folgenden Aussage zu: In den nächsten drei bis fünf Jahren erwarten wir eine dauerhafte Reduktion der Reisetätigkeit gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019?“

„Bei Zustimmung: was sind die Gründe hierfür?“

Auch wenn im dritten Jahr nach dem Ausbruch der Pandemie die Zustimmung zu dieser Frage nicht mehr so stark ist, die grundsätzliche Prognose bleibt: Geschäftsreisen werden gegenüber der Zeit davor dauerhaft weniger werden. Das erwarten mehr als die Hälfte der Befragten. Die sehr starken Zustimmungswerte des Jahres 2021 sind vielfach auf die damalige Realität zurückzuführen. Gesellschaft und Wirtschaft mussten sich zwischen Lockdowns, Reiseverboten und Kurzarbeit komplett neu definieren und Geschäftsreisen waren in den meisten Fällen schlichtweg unmöglich.

Doch heute wird der Rückgang von den Unternehmen, die eine dauerhafte Reduktion der Reisen erwarten, bewusst gestaltet: Digitale Formate bieten für 80 % der Befragten gute Alternativen, wenn die persönliche Begegnung nicht als dringend notwendig betrachtet wird. Kosteneinsparungen sind der zweitwichtigste Grund.

Erwartete dauerhafte Reduktion der Reisetätigkeit gegenüber dem Vorkrisenjahr 2019 (2021–2023)

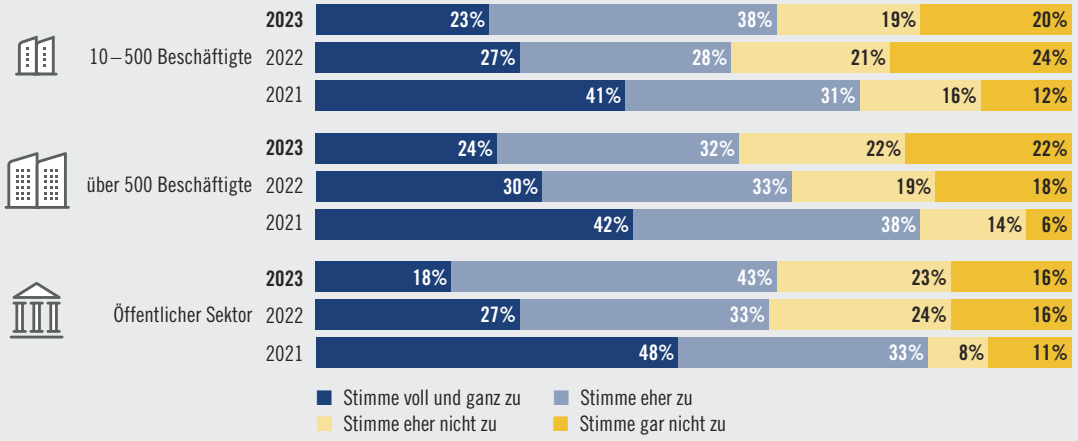
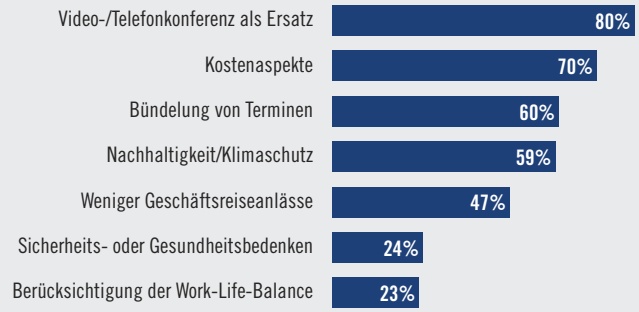


Abbildung 24

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

47 % der Unternehmen sehen weniger Geschäftsreiseanlässe, wobei auch die intelligente Bündelung von Terminen hierzu beiträgt (60 %). Reduzierung der Anzahl Geschäftsreisen wurde bereits auch als die Maßnahme Nummer eins zur Bekämpfung der Klimakrise beziehungsweise zu mehr Nachhaltigkeit genannt (Kapitel 7, Abbildung 20). Dazu gehören auch soziale Überlegungen und das Gleichgewicht zwischen Arbeit und Privatleben. Sicherheits- oder Gesundheitsbedenken führt heute etwa jede vierte Firma als Grund an.

Gründe für eine dauerhafte Reduktion der Reisetätigkeit



– ohne ÖS –
– Unternehmen, die eine dauerhafte Reduktion der Reisetätigkeit erwarten –
– Mehrfachnennungen möglich –

Abbildung 25

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Internationale Reiseziele 2023

„Welche Länder außerhalb Deutschlands werden für Ihr Unternehmen die wichtigsten Ziele für Geschäftsreisen in 2023 sein?“

Bei dieser Frage wurden Geschäftsreiseverantwortliche gebeten, die wichtigsten drei Zielländer zu nennen. In der Abbildung hierzu sind die Ergebnisse ausschließlich von den Unternehmen dargestellt, die überhaupt Auslandsreisen durchführen. Das sind 92 % aller befragten Firmen und 86 % der Organisationen im öffentlichen Sektor.

Die Veränderungen gegenüber dem Jahr 2015, als diese Frage ähnlich gestellt wurde, sind deutlich. Die Bedeutung der Nachbarländer der Schweiz und Österreich ist gestiegen, während die damals unangefochtenen Top Zwei USA und China im Geschäftsreise-Ranking verloren haben. China schottete sich drei Jahre lang ab, um das Coronavirus einzudämmen.[23] Seit Anfang 2023 hat sich das Land wieder geöffnet und Visarestriktionen sowie Quarantänepflichten fallen gelassen, in der Hoffnung die angeschlagene Wirtschaft und den Tourismus anzukurbeln. Auch das Ende Januar 2020 aus der EU ausgetretene Vereinigte Königreich dürfte den Rückgang von Geschäft und Geschäftsreisenden spüren, insbesondere aus den größeren deutschen Unternehmen. Im Falle USA hängt vieles davon ab, wie sich diesseits und jenseits des Atlantiks die Energiepreise sowie die Wirtschafts- und Standortpolitik insgesamt, vor allem zur Förderung klimafreundlicher Technologien, entwickeln.[24]

Die gestiegene Bedeutung von Indien als Geschäftsreiseziel ist zurückzuführen auf mehr als 1.700 deutsche Unternehmen, die in Indien präsent sind; etwa 1.000 davon sind hundertprozentige Tochterunternehmen. Im Ergebnis ist Deutschland Indiens größter Handelspartner in Europa.[25] Russland hingegen ist aus dieser Statistik verschwunden; im Jahr 2015 noch an zehnter Stelle der deutschen Geschäftsreiseziele haben die selbstverursachten Folgen des Angriffskriegs gegen die Ukraine einen Zusammenbruch seit dem ersten Quartal 2022 bewirkt. Obwohl die Einnahmen aus dem Öl- und Gasgeschäft – vor allem aus der Europäischen Union – weiterhin die Staatsfinanzen dort unterstützen,[26] hinterlassen Sanktionen, Logistik- und Finanzierungsprobleme sowie der Rückzug immer mehr deutscher Unternehmen ihre Spuren.[27]

[23] Vgl. https://www.tagesschau.de/ausland/asien/china-oeffnet-wieder-101.html

[24] Vgl. https://www.dw.com/de/ann%C3%A4herung-im-subventionsstreit-zwischen-eu-und-usa/a-64953407

[25] Vgl. https://india.diplo.de/in-de/themen/wirtschaft/-/2423002

[26] Vgl. Wie geht es Russlands Wirtschaft wirklich? | Podcast Wirtschaft | DW | 07.09.2022

[27] Vgl. https://www.ost-ausschuss.de/de/laender/russische-foderation

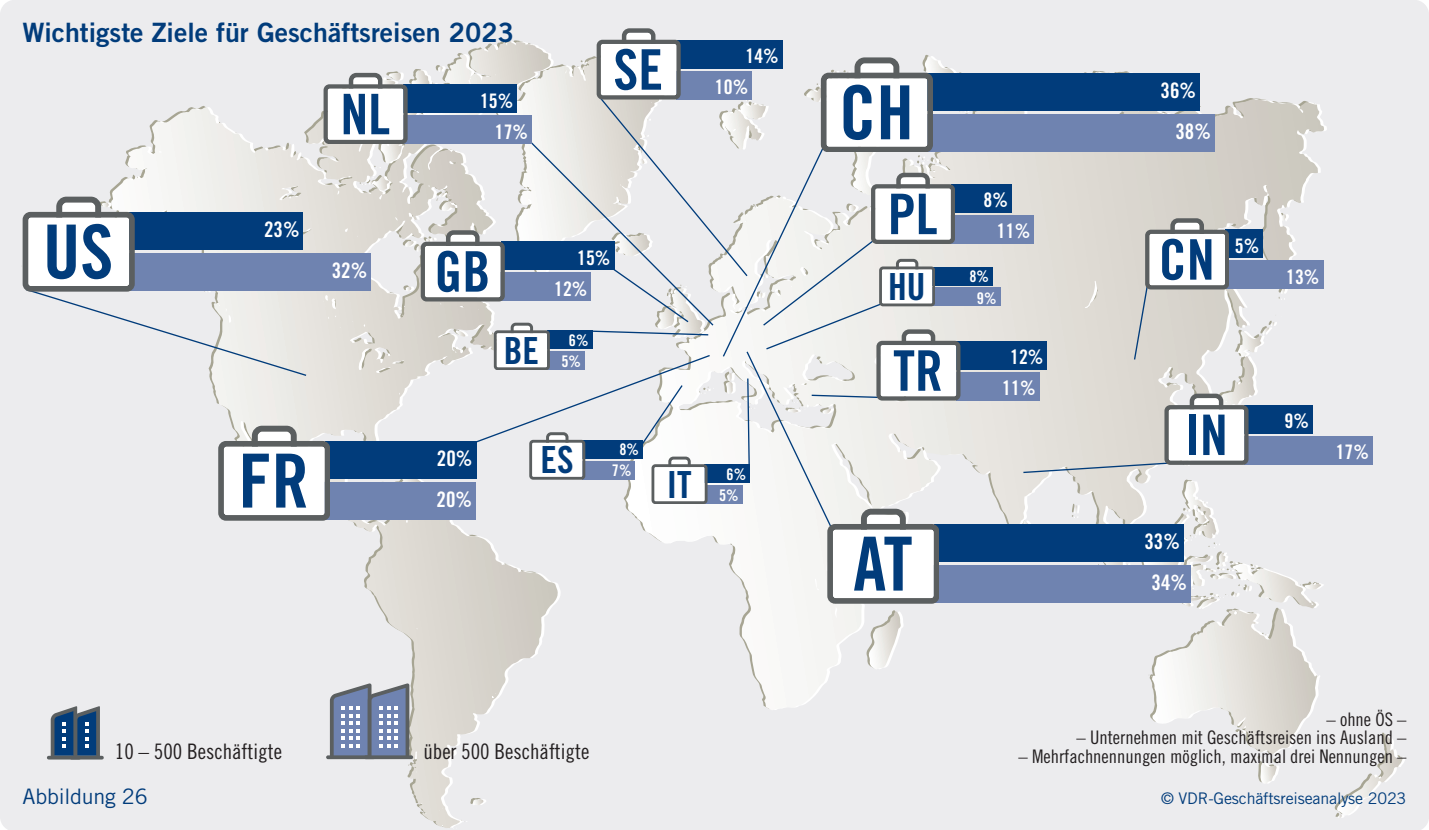


Abbildung 26

Geschäftsreisen im Wandel der Zeit

Neue Technologien und veränderte Arbeitsbedingungen haben dazu geführt, dass viele Unternehmen ihre Arbeits- und Mobilitätspolitik überdenken. Heute gibt es viele Alternativen wie Videokonferenzen oder Online-Tools, die es möglich machen, Meetings virtuell abzuhalten. Dies spart Zeit und Geld und ermöglicht es den Beschäftigten, flexibler und in manchen Fällen auch effizienter zu arbeiten. Auf der anderen Seite kann die digitale „Screenzeit“ mit aufeinander folgenden Videocalls auf Dauer ermüden und das persönliche Gespräch sich als produktiver erweisen.

Darüber hinaus haben viele Unternehmen ihre Reiserichtlinien geändert, um den Wünschen und Bedürfnissen ihrer Mitarbeitenden gerecht zu werden. Flexibilität, Work-Life-Balance und Nachhaltigkeit spielen dabei eine immer wichtigere Rolle. So sind zum Beispiel längere Aufenthalte an einem Ort und die Option, Familienmitglieder mitzunehmen, immer häufiger möglich. Auch die Wahl von Verkehrsmitteln und Unterkünften orientiert sich zunehmend an ökologischen Gesichtspunkten. Die COVID-19-Pandemie hat diese Entwicklungen noch beschleunigt. Auch nach der zum 5. Mai 2023 offiziell als beendet erklärten Pandemie[28] wird das Thema Gesundheit und Sicherheit auf Geschäftsreisen eine wichtige Rolle spielen. Doch durch die aktuelle Krise wird auch wieder stärker auf die Finanzen geachtet. Kosteneinsparungen waren schon lange nicht so sehr im Fokus wie heute.

Die zunehmende Digitalisierung und veränderte Arbeitsbedingungen haben für das Management von Geschäftsreisen neue Möglichkeiten eröffnet, aber auch neue Herausforderungen mit sich gebracht. Unternehmen, die flexibel auf diese Veränderungen reagieren, werden auch in Zukunft erfolgreich sein.

[28] Vgl. https://www.who.int/news/item/05-05-2023-statement-on-the-fifteenth-meeting-of-the-international-health-regulations-(2005)-emergency-committee-regarding-the-coronavirus-disease-(covid-19)-pandemic

Michael Theurer, MdB
Parlamentarischer Staatssekretär beim Bundesminister für Digitales und Verkehr
Beauftragter der Bundesregierung für den Schienenverkehr

Sehr geehrte Damen und Herren,

Mobilität ist Freiheit. Das gilt nicht nur im privaten Bereich, sondern auch im geschäftlichen. Wie sehr gerade auch die unternehmerische Freiheit durch begrenzte Mobilität eingeschränkt wird, haben viele Menschen während der Corona-Pandemie schmerzlich erlebt. Umgekehrt hat die Europäische Integration auch durch die grenzüberschreitende Reisefreiheit den Geschäftsverkehr deutlich erleichtert.

Diesem Freiheitsgedanken hat sich die Bundesregierung verschrieben. Wir wollen einen Aufbruch im Verkehrssektor erreichen und stellen dafür bereits erfolgreich die Weichen mit deutlich steigenden Investitionen. Die VDR-Geschäftsreiseanalyse bestätigt, dass Geschäftsreisende immer öfter die Bahn nutzen und dafür auf innerdeutsche Flüge sowie auf Fahrten mit dem Dienstwagen verzichten. Mit dieser Nutzung nähern wir uns dem Vor-Corona-Niveau an. Voraussetzung dafür ist auf Dauer ein attraktives Angebot auf der Schiene.

Zur Verwirklichung dieses Leitmotivs unternehmen wir zahlreiche konkrete Schritte. Neben den eher langfristig angelegten Neu- und Ausbauvorhaben, für die wir die Investitionsmittel kontinuierlich erhöhen, spielen auch kurzfristiger wirkende Maßnahmen zur Kapazitätserhöhung eine zentrale Rolle. Mit dem digitalen Kapazitätsmanagement optimieren wir die Nutzung des vorhandenen Netzes. Die weitere Digitalisierung der Leit- und Sicherungstechnik ist die Basis für die Erschließung neuer Kapazitäten im Bestandsnetz.

Modernisierung ist dringend nötig, da viele Bereiche des Bestandsnetzes schon heute stark belastet sind. Zudem sind viele Gleise, Weichen, Brücken und Stellwerke alt. Die Kombination aus hohem Alter und hoher Belastung führt dazu, dass sie anfällig für Störungen sind. Für Bahngäste bedeutet das: Unpünktlichkeit und insgesamt weniger komfortables Reisen. Damit stark belastete Streckenabschnitte wieder mit weniger Einschränkungen genutzt werden können, und hier in Zukunft sogar mehr Züge unterwegs sein können, sollen sie generalsaniert werden.

Auch als Schienenverkehrsbeauftragter der Bundesregierung steht für mich natürlich die verstärkte Nutzung der Schiene im Mittelpunkt. Gleichzeitig ist mir klar: Die Zukunft der Mobilität ist intermodal, sie liegt also in der intelligenten Vernetzung von Verkehrsträgern. Deshalb werden wir auch ein Mobilitätsdatengesetz vorlegen, um die freie Zugänglichkeit von Verkehrsdaten sicherzustellen. Damit können kundenfreundlichere Möglichkeiten zum intermodalen Reisen entwickelt werden – etwa in der Form neuer oder verbesserter Apps.

Dem VDR danke ich für die aufschlussreiche Analyse und freue mich auf den weiteren Austausch im gemeinsamen Interesse, Deutschland und Europa durch Mobilität ein Stück freier zu machen.

Herzlichst
Ihr
Michael Theurer

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 Beschäftigten. 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

	Betriebsgrößenklassen (Betriebe mit … Beschäftigten)									
	10 – 250		251 – 500		501 – 1.500		über 1.500		Total	
	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte	Betriebe	Beschäftigte
Summe	478.799	17.088.796	9.942	3.438.316	4.874	3.876.090	1.436	4.213.591	495.051	28.616.793

– Stand: 2022 –
– ohne Betriebe mit 1 – 9 Beschäftigten –
Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg. Berechnung anhand der WZ08 (2021 und 2022) und der WZ03 (2008)

Tabelle 2

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und April 2023 wurden 800 computergestützte Telefon- und Online-Interviews mit Personen geführt, die für das Management von Geschäftsreisen zuständig sind, beziehungsweise organisatorisch befugt sind, die gesuchten Daten zur Verfügung zu stellen.

Somit spiegeln die Antworten auf qualitative Fragen die zum Zeitpunkt der Befragung aktuelle Situation wider, alle anderen basieren auf den Zahlen des Jahres 2022. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich

Aufgabenbereich der Befragten 2023

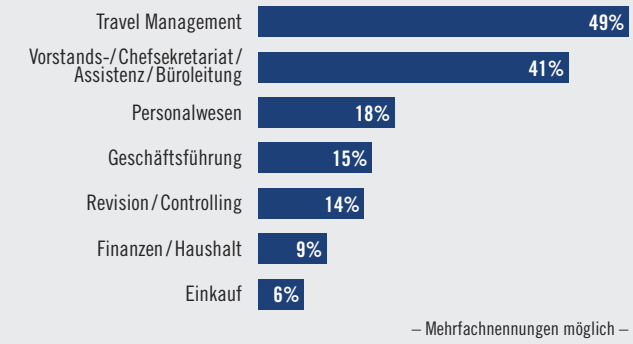


Abbildung 27

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 2).

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

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

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

Branchenzugehörigkeit der Befragten 2023

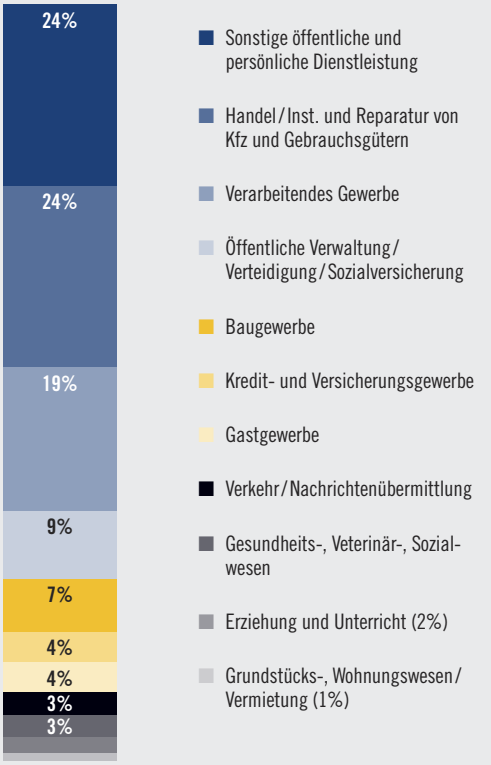


Abbildung 28

© VDR-Geschäftsreiseanalyse 2023

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. Research for Future AG übernimmt die Feldarbeit sowie die wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung, die von der Firma ARIS UMFRAGEFORSCHUNG Markt-, Media- und Sozialforschungsges. mbH durchgeführt wird. Antje Adam, Sandra Waldinger (VDR) und Claudia Mock (Research for Future) arbeiten mit der Projektleiterin Kirsi Hyvaerinen (HYVÄ Coaching & 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 Inge Pirner und Olaf Lehmann sowie je nach Themenschwerpunkt auch VDR-Fachausschussleitende.

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) ist mit über 560 Mitgliedsunternehmen der GeschäftsreiseVerband in Deutschland. Er vertritt die Interessen der deutschen Wirtschaft hinsichtlich der Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen für Geschäftsreisen und Mobilität. Der VDR setzt sich ein für nachhaltige, effiziente, wirtschaftliche, sichere, ungehinderte und weltweite Reisemöglichkeiten für Unternehmen.

Impressum

Diese Studie sowie vergangene Ausgaben sind in Deutsch und zum Teil in Englisch 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 2023 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, männliche und diverse Formen 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

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

Copyright ©
Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) 2023
All rights reserved.
Originalausgabe 2023

Bildnachweise
Michael Theurer, MdB: Copyright © Bundesregierung/Steffen Kugler
Alle anderen Fotos: Copyright © VDR

VDR Verband 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

AirPlus INTERNATIONAL

AMERICAN EXPRESS

BWH Hotels

FCM

LUFTHANSA GROUP

Uber for Business