

VDR

Verband Deutsches
Reisemanagement e.V.



VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016

14. Ausgabe



24% der deutschen Geschäftsreisenden buchen außerhalb vorgegebener Kanäle.

Mit Concur **TripLink** erfassen Sie trotzdem 100% der Reisebuchungen.

Inhalt

Geschäftsreisen als Trendbarometer wirtschaftlicher und sozialer Entwicklungen	4
1. Wichtige Ergebnisse auf einen Blick.....	4
2. Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen....	6
Anzahl	6
Kosten.....	6
Geschäftsreisende	7
Dauer	7
Inland vs. Ausland.....	7
3. Struktur der Geschäftsreisekosten	9
Durchschnittskosten	9
Kostenbereiche	9
4. Flug	10
Buchungsklassen	10
Fluggesellschaften.....	10
5. Übernachtungen.....	11
Gesamtentwicklung.....	11
Übernachungskategorien	11
Loyalitätsprogramme	12
Buchungskanäle der Zukunft	13
6. Meetings & Events.....	14
7. Strategien im Travel Management	15
Verantwortungsbereich	15
Reiserichtlinie	15
Trends in der Ausgestaltung.....	16
Reisekostenabrechnung.....	17
8. Sicherheit und Datenschutz.....	18
Verantwortlichkeit	18
Maßnahmen	19
9. Trends	20
Geschäftsreise-Apps	20
Mobile Buchungen	21
Sharing Economy	22
10. Ausblick 2017.....	24
Entwicklung des Geschäftsreisevolumens	24
Methodik und Impressum.....	25
Methodik	25
Das Forschungsteam.....	26
Impressum.....	26

Geschäftsreisen als Trendbarometer wirtschaftlicher und sozialer Entwicklungen

Das vergangene Jahr hat das für alle Reisenden wichtigste Thema verstärkt ins kollektive Bewusstsein gerufen – die Sicherheit unterwegs. Die 14. VDR-Geschäftsreiseanalyse geht in bewährter Weise auf diese und andere Entwicklungen aus dem Geschäftsreise-Umfeld ein. Dazu gehören auch Innovationen und Marktveränderungen, die oftmals von den Bedürfnissen der Geschäftsreisenden angestoßen werden.

Die wirtschaftliche Entwicklung und Erwartungen für die Zukunft lassen sich anhand der Mobilität deutscher Betriebe interpretieren. Daher sollen die repräsentativen Angaben der Geschäftsreiseverantwortlichen die Unternehmen und die Politik unterstützen, sinnvolle und zukunftsorientierte Entscheidungen zu treffen. Weniger wäre oft mehr, insbesondere im Bereich bürokratischer Hürden. Und: Damit die Entscheider in Wirtschaft und Politik nach wie vor mit der gewohnten Stärke der Geschäftsreiseparte rechnen können, ist auch die generelle Verlässlichkeit der Leistungserbringung am Standort Deutschland eine wesentliche Voraussetzung. Wiederkehrende Streiks im Transportbereich belasten zusätzlich, wenn Reisende gleichzeitig mit mehr Sicherheitsmaßnahmen und außerplanmäßigen Personen- und Grenzkontrollen rechnen müssen.

Der VDR ist Deutschlands größtes Netzwerk für modernes Mobilitätsmanagement und vertritt die Interessen seiner Mitglieder sowohl national als auch – in Zusammenarbeit mit der Global Business Travel Association (GBTA) – auf internationaler Ebene. Im täglichen Dialog mit seinen Mitgliedern, mithilfe der Marktforschung sowie des „Think Tanks“ VDR-TrendsPort spürt der VDR managementrelevante Themen auf. Welche Trends sind für die Zukunft interessant, welche können ad acta gelegt werden?

Wie facettenreich und vielfältig wirksam Geschäftsreisen sind, weiß niemand besser als der Manager zwischen Mensch und Mobilität. Freuen Sie sich auf die VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016 mit aktuellen Zahlen, Fakten und Erkenntnissen rund um das Thema Mobilitätsmanagement.

1. Wichtige Ergebnisse auf einen Blick

Die Eckdaten 2015:

2015 gab es 11 Millionen Geschäftsreisende¹ **+ 8,8%**
 182,7 Millionen Geschäftsreisen führten zu Ausgaben in Höhe von **+ 4,0%**
 50,9 Milliarden Euro – gleichbedeutend mit **+ 3,4%**
 153,0 Euro pro Geschäftsreisender pro Tag. **+ 4,3%**

2014:

10,1 Mio. Geschäftsreisende
 175,8 Mio. Geschäftsreisen
 49,2 Mrd. Euro
 146,0 Euro

Mehr Geschäftsreisen in solider Konjunkturlage

Während das Bruttoinlandsprodukt (BIP) um 1,7% stieg, nahmen die Geschäftsreisen im vergangenen Jahr um 4% zu. Betriebe mit 10–500 Mitarbeitern erreichten hierbei mit knapp 38 Millionen einen Rekord an Inlandsübernachtungen. Bei größeren

Betrieben gab es einen kräftigen Anstieg von Auslandsübernachtungen von 6,6 auf 8 Millionen. Ihre Reisekosten stiegen auch deshalb stärker als ihr Reisevolumen.

(Abbildungen 1, 2, 8 und 9, Seite 6 ff.)

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

Geschäftsreiseintensität dauerhaft gestiegen?

Im Jahr 2015 gab es in deutschen Betrieben 11 Millionen „Road warriors“ – ein Rekord. In den Krisenzeiten war durchschnittlich nur jeder vierte Beschäftigte dienstlich unterwegs. Mittlerweile wird bei den größten Firmen ab 1.500 Mitarbeitern die Reiselast auf 40% der Mitarbeiter verteilt. Trends der Unternehmensgestaltung wie flache Hierarchien und Projektarbeit spiegeln sich hier wider.

(Abbildung 3, Seite 7)

Inlandshotellerie:

Rückenwind aus dem Mittelstand²

Ein Spitzenwert ergab sich auch bei dienstlichen Übernachtungen, insgesamt 67,6 Millionen. Von diesem Wachstum profitierten inländische Beherbergungsbetriebe überproportional: Die Anzahl der Inlandsübernachtungen deutscher Betriebe stieg im Jahr 2015 um 7,3% auf 49,5 Millionen. Hierzu trug im Besonderen der Mittelstand mit bis zu 500 Mitarbeitern bei. Bei den Buchungskategorien werden die Karten langsam neu gemischt.

(Abbildungen 8 bis 10, Seiten 11 und 12)

„Metavoraussetzung“ Sicherheit

Insbesondere nach den Anschlägen vom 11. September 2001 hat sich das Thema Sicherheit vom Maslow'schen Basisbedürfnis des Lebens zur „Metavoraussetzung“ des Reisens entwickelt. Wer häufiger dienstlich reisen muss, begibt sich auch öfter in eine potenzielle Bedrohungslage durch Naturkatastrophen, Unfälle, Epidemien, Entführungen oder Terroranschläge. Deutsche Unternehmen haben beim Thema Sicherheit auf Geschäftsreisen in den letzten zwei Jahren aufgeholt. 81% der Firmen mit mehr als 500 Mitarbeitern beschäftigen sich inzwischen mit dem Thema (2014: 74%) und die Verantwortlichkeit wird insgesamt stärker gebündelt.

(Abbildungen 19 bis 21, Seiten 18 und 19)

Sparmaßnahmen bei Flugreisen:

Gekommen, um zu bleiben

Die Abwanderung der Flugreisenden in den hinteren Teil der Maschine verstärkte sich in der Wirtschaftskrisenzeit, als ganze Pakete von Sparmaßnahmen eingeführt werden mussten. 60% der von der Wirtschafts- und Finanzkrise betroffenen Unternehmen glaubten im Jahr 2010 an die Nachhaltigkeit der restriktiven Maßnahmen³. Und so ist es gekommen: Im Inland und Europa sitzen die meisten Geschäftsrei-

senden in der Economy. Interkontinental buchen große Firmen zwar öfter die Business Class als die kleinen, aber auch hier ist ein Trend zu mehr „Holzklasse“ festzustellen – mit einem Zuwachs um zehn Prozentpunkte seit 2004. Eine aktuelle Ursache: Wenn (Öl-)Preisvorteile nicht an Kunden weitergegeben werden, werden Alternativen gebucht.

(Abbildung 7, Seite 10)

Indirekte Kosten: Gegenwert fraglich

Zusätzlich zu den eindeutig belegbaren Geschäftsreisekosten fallen in allen Betrieben auch indirekte Kosten an. Gemessen an den Geschäftsreisekosten für das Jahr 2015 werden diese Kosten auf 8% bis 10% geschätzt. Sie entstehen bei den Prozessen von der Reiseplanung bis zur Abrechnung und der weiteren Verwaltung, z. B. der Belegaufbewahrung. 53% der befragten Betriebe konnten eine Schätzung der indirekten Kosten nicht abgeben. (Seite 9)

Apps und mobil – Bedarf nimmt zu

Geschäftsreisende ohne Mobiltelefon bzw. Smartphone? Heute kaum mehr vorstellbar. Der Bedarf nach besonderen Geschäftsreise-Apps scheint in größeren Unternehmen eher geweckt worden zu sein als bei kleineren. Firmen mit über 500 Mitarbeitern nutzen oder planen die Einführung einer „Corporate App“ zu 53%. Weitere 36% schließen dies zumindest für die Zukunft nicht aus. Der konkrete tägliche Nutzen ist hierbei am wichtigsten: Mobiles Einchecken, Reiseplandarstellungen, Suchen und Buchen werden als zentrale Funktionen genannt.

(Abbildungen 22 und 23, Seite 20)

2017: Die Weltlage entscheidet

Das Vertrauen und die positive Grundstimmung aus dem Vorjahr werden in den Prognosen der Geschäftsreiseverantwortlichen für 2017 nicht uneingeschränkt fortgeschrieben. Im kommenden Jahr wird insgesamt mit einer Konsolidierung gerechnet. Je nach wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Entwicklung, beinhalten die Pläne auch eine Stagnation oder Rückgänge der Reiseaktivitäten. Die Prognosen sind jedoch differenziert zu betrachten, denn je nach Unternehmensgröße und Leistungsträger sind auch Buchungssteigerungen möglich.

(Abbildung 29, Seite 24)

² Wenn im Rahmen dieser Analyse vom „Mittelstand“ gesprochen wird, sind Unternehmen mit 10–500 Beschäftigten gemeint.

³ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2010, Kapitel 7 „Entwicklung des Geschäftsvolumens“, Abbildung 17, Seite 17.

2. Geschäftsreisen: Eckdaten und Kennzahlen

Anzahl der Geschäftsreisen 2011–2015

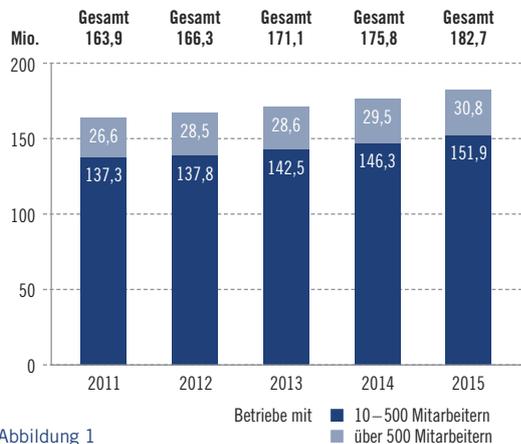


Abbildung 1

Gesamtkosten der Geschäftsreisen 2011–2015

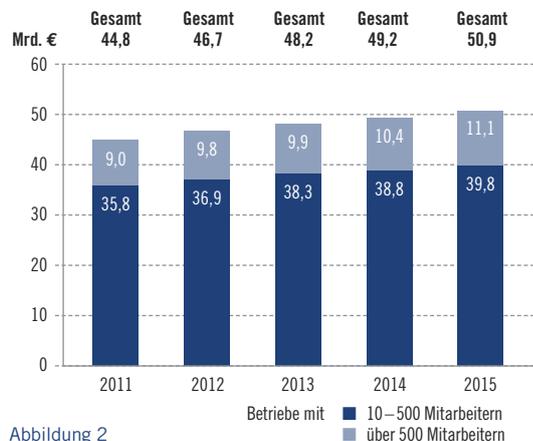


Abbildung 2

Anzahl

„Wie viele Geschäftsreisen wurden im Jahr 2015 durchgeführt?“

Die deutsche Konjunktur war im Jahr 2015 gekennzeichnet durch stetiges Wirtschaftswachstum. Das preisbereinigte BIP stieg im Jahresdurchschnitt um 1,7% gegenüber dem Vorjahr. Im Jahr 2014 hatte das BIP in einer ähnlichen Größenordnung zugenommen.⁴ Dieser solide Wachstumspfad spiegelt sich auch in der Anzahl der Geschäftsreisen wider: Beschäftigte aus Betrieben mit zehn und mehr Mitarbeitern waren öfter unterwegs. Die Zunahme von Geschäftsreisen im vorangegangenen Jahr (2,8%) wurde 2015 mit 4% spürbar stärker. Nach Zurückhaltung im Jahr 2014 trug der öffentliche Sektor hierzu diesmal mit 4,7% mehr Dienstreisen bei, während die Privatwirtschaft mit 3,8% auf demselben Steigerungsniveau blieb.

Kosten

„Wie hoch waren im Jahr 2015 die gesamten Geschäftsreisekosten?“

Betrachtet man Unternehmen und den öffentlichen Sektor zusammen, stiegen die Geschäftsreisekosten von 2014 bis 2015 um 3,4% auf 50,9 Milliarden Euro. Firmen mit über 500 Mitarbeitern gaben 7,4% mehr aus, während ihr Reisevolumen um 4,4% wuchs. Mehr Auslandsübernachtungen sind eine mögliche Ursache hierfür; in vielen Zielmetropolen sind die Preise gestiegen. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU)⁵ blieben hingegen wesentlich öfter im Inland und mussten trotz Wachstum im Reisevolumen um 3,6% nur 1,8% mehr Ausgaben tätigen. War der öffentliche Sektor im vorangegangenen Jahr noch besonders zurückhaltend und sparsam, sind die Ausgaben für 2015 im ähnlichen Maße (4,9%) gestiegen wie das Dienstreisevolumen.



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/der-verband/fachthemen/vdr-glossar

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

⁴ Vgl. Pressemitteilung Nr. 014 des Statistischen Bundesamtes, Wiesbaden, 14. Januar 2016.

⁵ In Anlehnung an die Definition der EU: KMU umfassen in dieser Studie Unternehmen mit 10–250 Mitarbeitern. Vgl. http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/index_en.htm

Geschäftsreisende

„Wie viele Geschäftsreisende waren unterwegs?“

Was bei der Geschäftsreiseintensität⁶ bereits 2014 zu spüren war, hat sich 2015 noch einmal verstärkt: Unternehmen haben 2015 mehr Geschäftsreisende auf Tour geschickt als in den Vorjahren. War jahrelang etwa jeder dritte oder vierte Beschäftigte mindestens einmal dienstlich unterwegs, wird bei den größten Firmen die Reiselast mittlerweile auf 40% der Mitarbeiter verteilt. Trends der Unternehmensgestaltung wie flache Hierarchien, flexible Arbeitsplätze, „Work-Life-Blending“, „Gender Shift“, sowie Netzwerk- und Projektarbeit dürften sich hier widerspiegeln.⁷ Die Anzahl der Geschäftsreisenden ist um 8,8% auf 11 Millionen gestiegen.

Dauer

„Wie lange dauern Geschäftsreisen?“

Die durchschnittliche Reisedauer von 2,0 Tagen bleibt nahezu unverändert. Insgesamt gibt es jedoch einen „Schwung zurück“ zu 2- bis 3-tägigen Geschäftsreisen. Reisen ohne Übernachtung haben insbesondere bei den KMU zugenommen. Im Durchschnitt dauerte eine KMU-Geschäftsreise 1,8 Tage. Der Unterschied zu größeren Unternehmen bleibt daher deutlich, denn bei ihnen dauert jede fünfte Geschäftsreise vier Tage und länger. Hier werden Ein-Tages-Reisen häufiger hinterfragt. Durch die zunehmende Digitalisierung können viele Termine auch als Web- oder Telefonkonferenzen stattfinden. Demgegenüber werden Termine zusammengelegt, so dass sich insgesamt längere Reisezeiten ergeben – durchschnittlich bei den größten Firmen 2,3 Tage.

Inland vs. Ausland

„Wohin führen Geschäftsreisen?“

Die Unterschiede in der Reisedauer hängen direkt mit den Reisezielen zusammen. Mit 88% blieb die deutliche Mehrheit der KMU-Reisen im Inland. Dies könnte ein Grund dafür sein, dass KMU zwar insgesamt um 3,6% öfter auf Reisen waren, aber ihre Kosten nur um 1,8% gestiegen sind. Anders bei größeren Firmen, denn bei ihnen führte im Jahr 2015 jede dritte Geschäftsreise ins Ausland.

Die wichtigsten Ziele außerhalb Deutschlands standen bereits bei den Planungen in 2014 fest: Frankreich, die Niederlande, China, die USA und das Vereinigte Königreich waren die wichtigsten fünf Handelspartner Deutschlands und bildeten neben drei weiteren Nachbarländern (Polen, Schweiz, Österreich) die Top 8 der Reiseziele für 2015.⁸

Anteil der Geschäftsreisenden 2011/2015

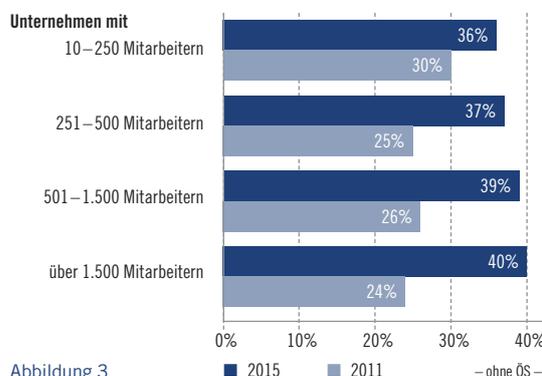


Abbildung 3 – ohne ÖS –

Dauer der Geschäftsreisen nach Größenklassen 2015

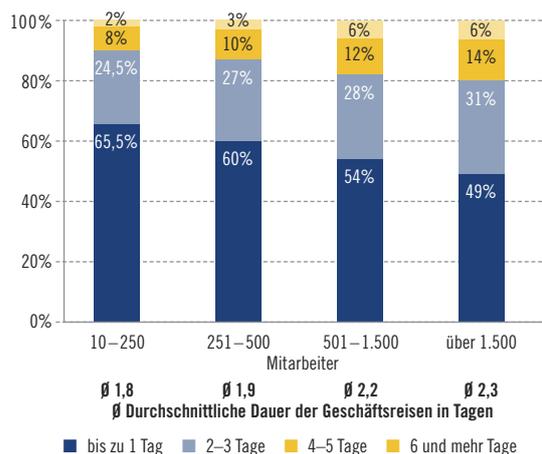


Abbildung 4 – ohne ÖS –

Geschäftsreisen im In- und Ausland 2015

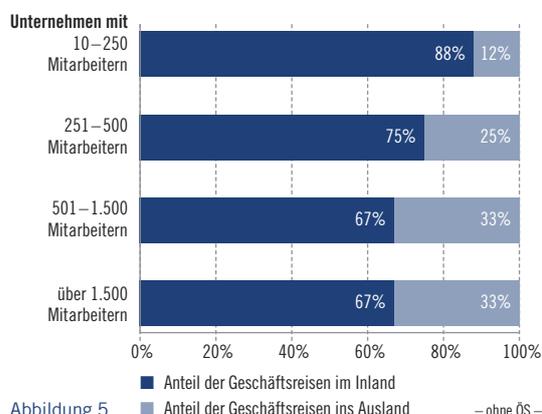


Abbildung 5 – ohne ÖS –

⁶ Intensität von Geschäftsreisen: Prozentualer Anteil von Beschäftigten im Betrieb, die mindestens eine Geschäftsreise im Jahr tätigen. Diese und weitere Begriffserläuterungen, s.: www.vdr-service.de/der-verband/fachthemen/vdr-glossar

⁷ Vgl. www.zukunftsinstitut.de

⁸ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 8 „Ausblick 2015“, Seite 22.



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

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

www.carlsonwagonlit.de

**Carlson
Wagonlit**
Travel

3. Struktur der Geschäftsreisekosten

Durchschnittskosten

Die durchschnittlichen Kosten pro Reise bewegen sich seit vier Jahren auf einem ähnlichen Niveau und wurden 2015 noch einmal, wenn auch marginal, auf 305 Euro reduziert. Die Gründe hierfür sind vielfältig, beispielsweise der anhaltende Trend zugunsten der Mittelklassehotellerie oder die Tendenz, Geschäftsreisen öfter auch mal

ohne Übernachtung zu absolvieren. Vorrangig gelingt es den Betrieben, die eine/n Verantwortliche/n für das Geschäftsreise-Management haben, trotz Wachstum der Reisevolumina, die Ausgaben im Griff zu behalten.

Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise 2011–2015 Tagesausgaben Geschäftsreisen vs. Urlaubsreisen 2011–2015⁹

	Durchschnittliche Kosten pro Geschäftsreise	Ausgaben pro Person und Tag	
		Geschäftsreisen	Urlaubsreisen
2015	305 €	153 €	76 €
2014	307 €	146 €	77 €
2013	310 €	148 €	73 €
2012	308 €	140 €	73 €
2011	296 €	148 €	70 €

Tabelle 1

⁹ Eigene Berechnungen, in Anlehnung an FUR, Kiel: Erste Ergebnisse der Reiseanalysen 2012-2016.
Geschäftsreise-Ausgaben pro Person und Tag: nur Unternehmen, ohne ÖS. Urlaubsreisen ab 5 Tagen Dauer.

Der Anstieg von kurzen Reisen bei den KMU einerseits und mehr Auslandsübernachtungen bei den Großen andererseits haben höhere durchschnittliche Tagesausgaben von 153 Euro verursacht. Damit geben die Geschäftsreisenden nach wie vor etwa doppelt so viel pro Person und Tag aus, als das bei Urlaubsreisen der Fall ist. Außerdem verteilen sich die betrieblich bedingten Ausgaben regional breiter und saisonal unabhängig. Ganzjährige Arbeitsplätze in der Hotellerie, Gastronomie, im Transportbereich und in vielen indirekt profitierenden Branchen wie der Telekommunikation und dem Einzelhandel werden in Deutschland durch Geschäftsreisen gesichert. Darüber hinaus werden günstigere Preise für den Freizeit- und Urlaubsmarkt durch die solide Auslastung Geschäftsreisender kalkulierbar.

Kostenbereiche

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

Die Gesamtkosten verteilen sich prozentual über die Jahre hinweg recht beständig unter den Kostenbereichen. In 2015 gab es keine überproportionalen Steigerungen zwischen den Leistungsbereichen.

Zwei von fünf Euro werden für Übernachtungen und Verpflegung ausgegeben. Flugreisen schlucken ein Viertel der Geschäftsreisekosten. Hier würden Einsparpotenziale winken, denn seit Sommer 2014 befinden sich die Ölpreise im Sinkflug. Daher fordert der VDR, dass diese Betriebskostensparnisse sich auch in niedrigeren Ticketpreisen zugunsten der größten und beständigsten Kundengruppe der Airlines niederschlagen.¹⁰

Auch „sonstige Kosten“ machen nach wie vor 10% der Gesamtausgaben aus. Kleinbeträge, etwa für Parkgebühren, Taxi, ÖPNV und Kommunikationskosten, türmen sich zu 5,2 Milliarden Euro auf. Sie sind oft genauso unvermeidbar wie die Hauptleistungen Transport und Übernachtung. Ihre Verwaltung verursacht jedoch auch unverhältnismäßige indirekte Kosten.

„Wie viel Prozent sind zusätzlich als indirekte Kosten entstanden?“

Zusätzlich zu den eindeutig belegbaren Geschäftsreisekosten fallen in allen Betrieben auch indirekte Kosten an. Diese entstehen bei den Prozessen wie Planung, Buchung (mit Änderungen und Stornierungen), unternehmensinterner und -externer Abrechnung und Verwaltung.

Gesamtkosten für Geschäftsreisen nach Kostenbereich 2015

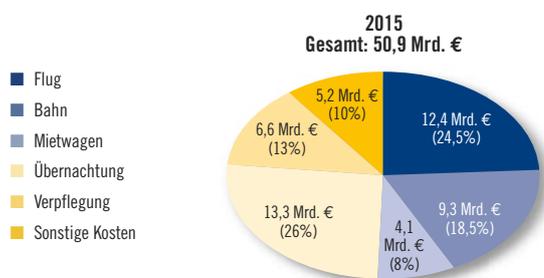


Abbildung 6

Die Interviewpartner wurden gebeten zu schätzen, wie viel Prozent bei ihnen zusätzlich als indirekte Kosten entstanden sind, gemessen an den Geschäftsreisekosten für das Jahr 2015. 53% der Betriebe konnten diese Schätzung nicht abgeben. Die Unterschiede, ob öffentlicher Sektor, kleines oder großes Unternehmen, waren hierfür nicht ausschlaggebend. Doch diejenigen, die sich bei dem Thema schon sattelfester fühlen, kommen auf Schätzungen indirekter Kosten von 8% bis 10%.

¹⁰ www.vdr-service.de/service/pressemitteilungen/news/vdr-kunden-muessen-vom-niedrigen-oelpreis-profitieren/

4. Flug

Buchungsklassen

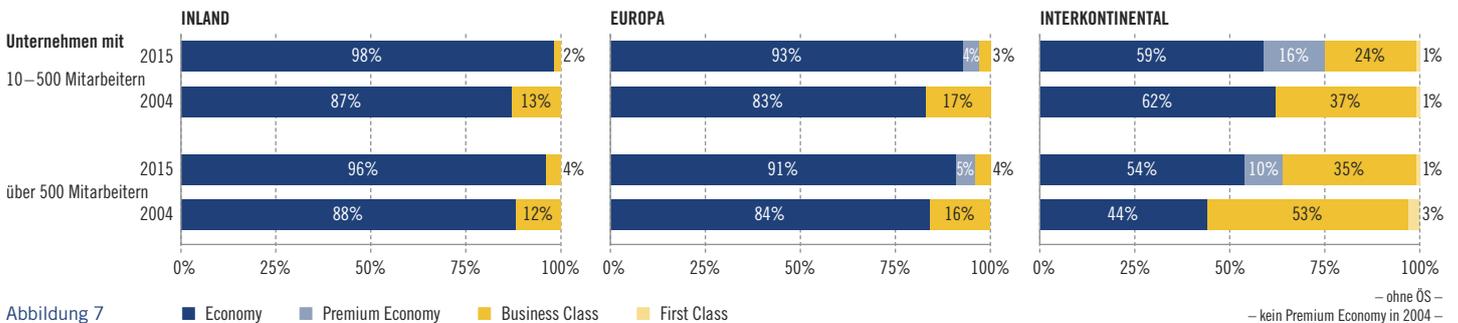
„Wie waren die Prozentanteile von gebuchten Flugreisen in der Economy, Premium Economy, Business und First Class im Inland, in Europa und interkontinental im Jahr 2015?“

In Anbetracht der vergangenen zehn Jahre scheint es im Inland und bei europäischen Flügen nur eine Frage der Zeit zu sein, ob die Business Class eines Tages gänzlich verschwindet. Interkontinental sitzen Geschäftsreisende großer Firmen zwar öfter in der Business Class, aber tendenziell ist auch hier ein Trend zu mehr „Holzklasse“ festzustellen – mit einem Zuwachs um zehn Prozentpunkte seit 2004.

Kleinere Firmen nehmen die inzwischen kreierte Alternative Premium Economy mit 16% etwas öfter in Anspruch als größere (10%).

Die Abwanderung der Flugreisenden in den hinteren Teil der Maschine verstärkte sich durch die Wirtschaftskrise, als ganze Pakete von Sparmaßnahmen eingeführt werden mussten. 60% der damals betroffenen Unternehmen glaubten im Jahr 2010 an die Nachhaltigkeit der restriktiven Maßnahmen.¹¹ Trotz erstarakter Wirtschaft hat sich diese Erwartung vielfach bewahrheitet.

Buchungsklassen im Inland, Europa und interkontinental 2004/2015



Fluggesellschaften

„Welche Fluggesellschaften wurden am häufigsten für Geschäftsreisen 2015 gebucht?“

In diesem Jahr wurden die Geschäftsreiseverantwortlichen wieder ein mal nach ihren wichtigsten Flugpartnern gefragt – zuletzt wurde diese Frage für 2007 gestellt.

Bis zu drei Airlines durften genannt werden, bei denen der größte Umsatz oder die meisten Buchungen getätigt wurden. Die so entstandene „Hitliste der Airlines“ steht somit für die Bedeutung der Fluggesellschaften in den Unternehmen. Diese Ergebnisse lassen jedoch keine Rückschlüsse auf Marktanteile oder Umsatzvolumina zu.

Binnen zehn Jahren hat die Lufthansa im Mittelstand den ersten Platz bei Inlandsflügen an airberlin eingebüßt. Bei Auslandsreisen ist sie zwar auf Platz eins geblieben, aber neben den alten Wettbewerbern drängt mit Emirates auch ein neuer Anbieter aus dem arabischen Raum unter die Top 5 der am häufigsten gebuchten Airlines.



Basis sind jeweils die Unternehmen, die mindestens eine Fluggesellschaft genannt haben. Eine Gewichtung fand wie folgt statt: Die erstgenannte Marke erhielt drei Punkte, die auf Platz zwei genannte zwei Punkte und die auf dem dritten Platz genannte einen Punkt.

Fluggesellschaften bei Inlands- und Auslandsflügen 2007/2015

	Unternehmen mit 10 – 500 Mitarbeitern		Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern	
	Inland 2015	Inland 2007	Inland 2015	Inland 2007
Platz 1	airberlin	Lufthansa	Lufthansa	Lufthansa
Platz 2	Lufthansa	airberlin	airberlin	airberlin
Platz 3	Germanwings / Eurowings	Germanwings	Germanwings / Eurowings	Germanwings
	Unternehmen mit 10 – 500 Mitarbeitern		Unternehmen mit über 500 Mitarbeitern	
	Ausland 2015	Ausland 2007	Ausland 2015	Ausland 2007
Platz 1	Lufthansa	Lufthansa	Lufthansa	Lufthansa
Platz 2	airberlin	airberlin	Emirates	Air France
Platz 3	Air France	Air France	airberlin	KLM
Platz 4	KLM	Germanwings	British Airways	airberlin
Platz 5	Emirates	SWISS	KLM	British Airways

Tabelle 2

– ohne OS –
– Punktevergabe – Platz I: 3 Punkte – Platz II: 2 Punkte – Platz III: 1 Punkt –

¹¹ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2010, Kapitel 7 "Entwicklung des Geschäftsvolumens", Abbildung 17, Seite 17.

5. Übernachtungen

Anzahl der Übernachtungen 2011–2015

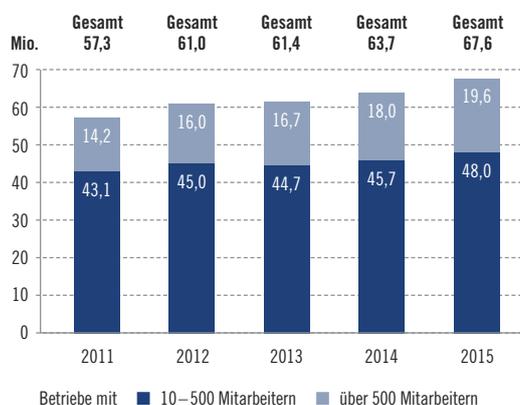


Abbildung 8

Anzahl der Übernachtungen Inland/Ausland 2014/2015

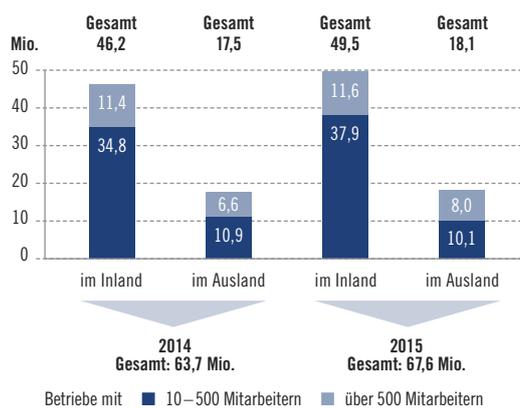


Abbildung 9

Gesamtentwicklung

„Wie oft haben Mitarbeiter Ihres Unternehmens/Ihrer Organisation auf Geschäftsreisen übernachtet?“¹²

Im Übernachtungsbereich wurde für 2015 ein neuer Rekordwert von 67,6 Millionen verzeichnet. In allen Unternehmens-Größenklassen gab es mehr Geschäftsreisende. Sie waren auch öfter auf 2- bis 3-Tagesreisen unterwegs. Jede dritte Firma mit über 1.500 Mitarbeitern hatte für das Jahr 2015 Steigerungen geplant.

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

Inländische Beherbergungsbetriebe profitierten überproportional von diesem Wachstum: Die Anzahl der Inlandsübernachtungen deutscher Betriebe stieg im Jahr 2015 um 7,3% auf 49,5 Millionen. Hierzu trug im Besonderen der Mittelstand mit bis zu 500 Mitarbeitern bei. Der Anstieg bei den Auslandsübernachtungen betrug 3,2%. Doch hier hielt sich der Mittelstand zurück; der Anstieg stammt ausschließlich von Firmen mit über 500 Mitarbeitern.

Übernachungskategorien

„Welche Übernachtungskategorien werden in Ihrem Betrieb gebucht?“

Die meisten Geschäftsreisenden übernachteten im Inland in der 3- oder 4-Sterne-kategorie. Der „new kid on the block“ ist die 1- und 2-Sternehotellerie, mit stetigem Wachstum insbesondere im Mittelstand (13% der Übernachtungen im Jahr 2015). Das sind heute preisgünstige „no frills“-Häuser, doch mit für Geschäftsreisende wichtigen Merkmalen – guter Schlaf, guter Kaffee, gutes Netz, einfache Check-in/Check-out-Regelungen – und öfter auch mal mit einem frischen Designkonzept ausgestattet.

Zielgruppenspezifische Services sind insbesondere in sozialen Medien sowie Buchungs- und Bewertungs-

¹² Anzahl Übernachtungen = roomnights.

portalen schnell kommuniziert. Für den professionellen Hoteleinkauf eignet sich darüber hinaus die VDR-Zertifizierung wie sie für Certified Business Hotel®, Certified Conference Hotel®, Certified Green Hotel® und weitere existiert.¹³

Bei Auslandsreisen wurde und wird eher eine Kategorie höher übernachtet, doch 2015 zeigt sich auch hier eine Umschichtung zugunsten der 3-Sternehotellerie: ein Anstieg von 32% auf 41%, und zwar unabhängig von der Größe des buchenden Unternehmens.

Übernachtungskategorien auf Geschäfts- und Dienstreisen im In- und Ausland 2015

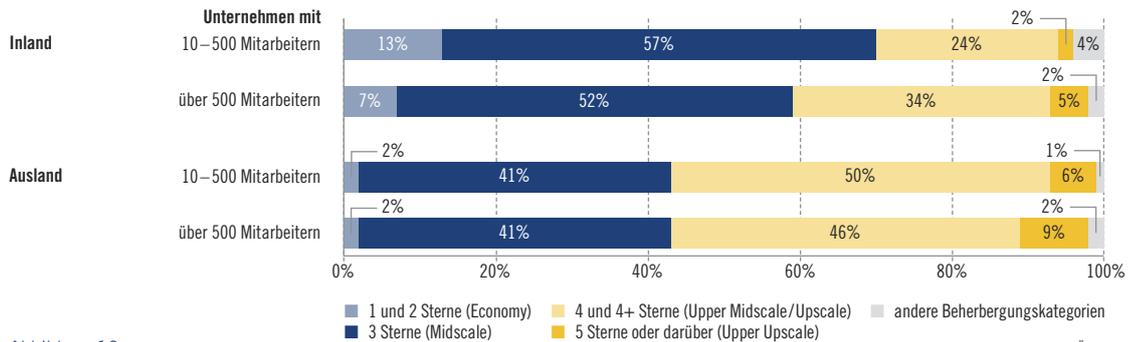


Abbildung 10

Loyalitätsprogramme
„Wie beurteilen Sie im Bereich der Hotellerie den Stellenwert von Loyalitätsprogrammen für Geschäftsreisen?“

Die Teilnahme an Bonus-/Loyalitätsprogrammen wurde im Vorjahr von 25% der Firmen als ein möglicher Anreiz angesehen, um Reisende innerhalb der Vorgaben der Reiserichtlinie zu halten.¹⁴ Im Jahr 2014 war mit 93% die Mehrheit der Unternehmen, die Boni ihren Mitarbeitern schenken, bereit, dies

auch künftig zu tun.¹⁵ Im Bereich der Hotellerie ist der Umgang mit Loyalitätsprogrammen hauptsächlich „passiv unterstützend“. Etwa jedes dritte Unternehmen informiert die Reisenden, unterstützt die Nutzung aber nicht aktiv. 39% der größeren Firmen steht den Möglichkeiten nicht ablehnend gegenüber, sofern Programme in ihrem Sinne genutzt werden bzw. wenn sie behilflich sind, Reisende gemäß der Reiserichtlinie zu lenken.

Stellenwert von Loyalitätsprogrammen im Bereich der Hotellerie

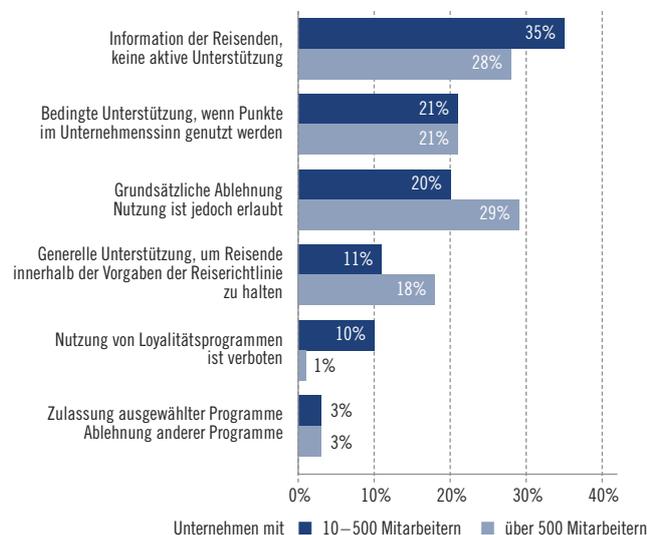


Abbildung 11

¹³ Mehr Informationen: www.certified.de

¹⁴ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2015, Kapitel 5 „Strategien im Travel Management“, Abbildung 15, Seite 15.

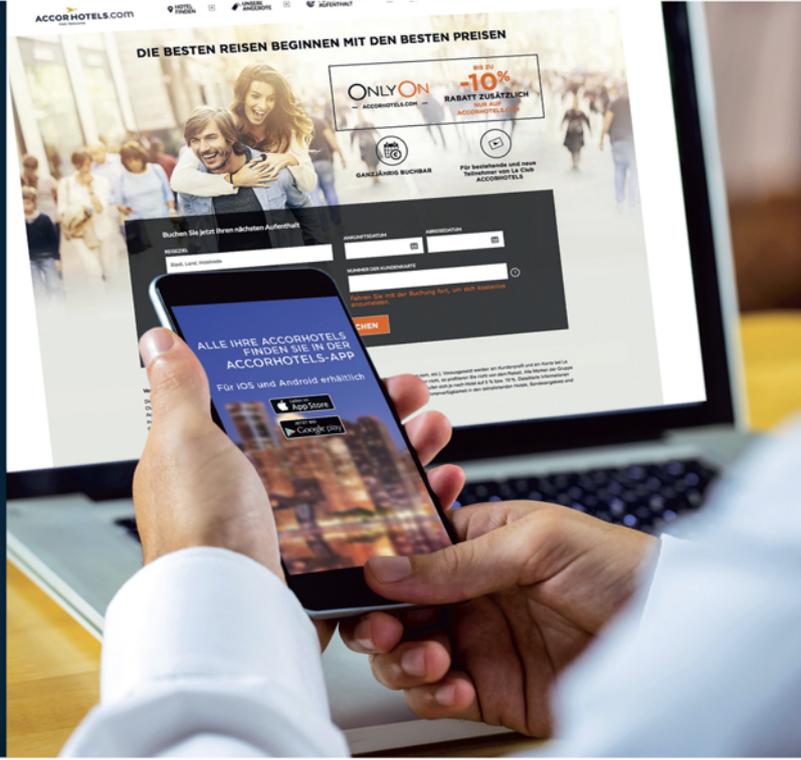
¹⁵ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 4 „Strategien im Travel Management“, Abbildung 18, Seite 15.

Großartige Markenhotels ZU DEN BESTEN PREISEN BUCHEN!

BESTEHENDE UND NEUE LE CLUB
ACCORHOTELS TEILNEHMER SPAREN
MIT DEM **ONLY ON VORTEILSPREIS**
BIS ZU 10% EXKLUSIV AUF
ACCORHOTELS.COM



JETZT LE CLUB
ACCORHOTELS TEILNEHMER
WERDEN & PROFITIEREN!



Buchungskanäle der Zukunft

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

Dieser „Blick in die Kristallkugel“ sollte klären, welcher Buchungskanal in Zukunft *insgesamt* von Geschäftsreiseverantwortlichen präferiert wird. Es geht also um eine vermutete Idealkombination der Kriterien Preis, Verfügbarkeit und Angebotsbreite. Online-Plattformen (wie Online-Reisebüros oder Hotelportale) liegen bei den Antworten vorne, wenn auch nicht mit erschlagender Stärke. Bei größeren Unternehmen folgen dicht dahinter die Online-Buchungstools.¹⁶ Von der Unternehmensgröße unabhängig liegt an dritter Stelle die Kombination verschiedener Quellen, was ggf. auch die Nutzung von Preisvergleichssystemen beinhaltet. Zum sogenannten „Open Booking“ – die Entscheidung, was, wie und bei welchem Anbieter gebucht wird, dem Reisenden zu überlassen – neigen die wenigsten Geschäftsreiseverantwortlichen.

Zukünftig präferierte Buchungskanäle im Bereich der Hotellerie

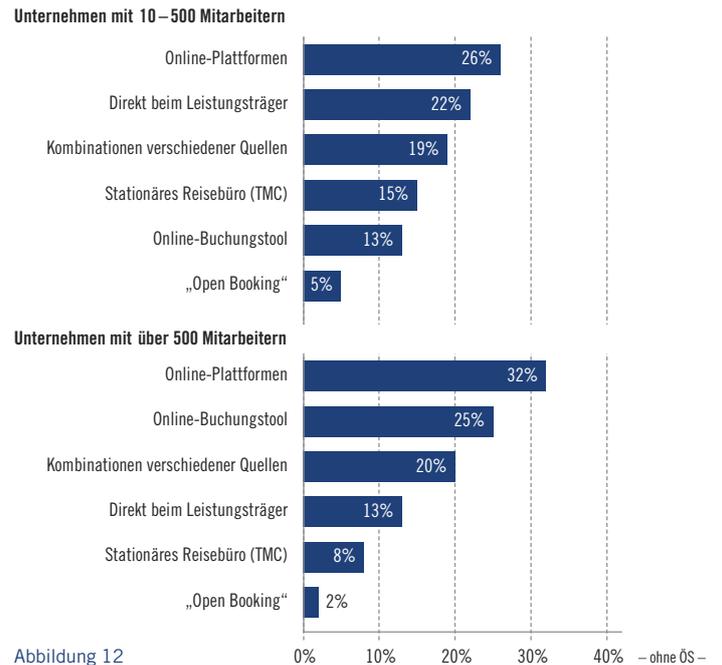


Abbildung 12

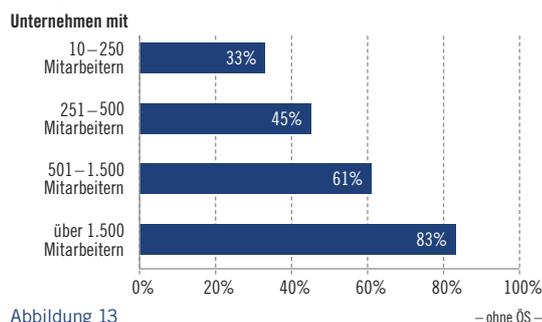
¹⁶ z. B. Amadeus e-Travel Management, BookIt, Concur, Cytric, Onesto, SAP TM.



6. Meetings & Events

Die Bedeutung von Veranstaltungen in der Aufgabenpalette des Mobilitätsmanagements ist gestiegen. Veranstaltungsmanagement als Zuständigkeitsbereich der Geschäftsreiseverantwortlichen in Unternehmen hat in den Jahren von 2007 bis 2014 von 35% auf 61% zugenommen.¹⁷ Die Frage nach den Räumlichkeiten wird dann relevant, wenn es Alternativen zur Auswahl gibt. Im öffentlichen Sektor führen 44% der Organisationen Meetings und Events in externen Räumlichkeiten durch – hauptsächlich Meetings, Sitzungen, Workshops und Tagungen. Die Art von Veranstaltungen unterscheidet sich von denen der Privatwirtschaft, denn hier kommen an erster Stelle Besprechungen, Meetings, Sitzungen und Workshops, gefolgt von Events und Firmenfeiern. An dritter Stelle investieren Firmen im Eventbereich in Messeauftritte.¹⁸

Durchführung von Meetings & Events in angemieteten Räumlichkeiten



„Werden in Ihrem Unternehmen Meetings und Events in angemieteten (externen) Räumlichkeiten durchgeführt?“

Je größer die Firma, umso mehr Veranstaltungen gibt es und dementsprechend größer ist auch die Bereitschaft oder Notwendigkeit, diese außerhalb der eigenen Wände zu organisieren. Mit 83% bejaht die deutliche Mehrheit der größten Unternehmen diese Frage und auch jedes dritte KMU mietet Räumlichkeiten außerhalb der eigenen Firma an.

„Planen Sie in Ihrem Unternehmen Maßnahmen, um die Prozessabläufe und Einsparungspotentiale im Meeting- und Event-Bereich zu optimieren? Wenn ja, welche?“

Von den mittelständischen Unternehmen, die Meetings und Events in externen Räumlichkeiten durchführen, planen 8% verschiedene Maßnahmen zur Prozess- und Kostenoptimierung. Bei Firmen mit mehr als 1.500 Mitarbeitern sind dies sogar 43%. Maßnahmen, die dabei am stärksten in Betracht gezogen werden: Outsourcing an Online-Vermittler (42%) und Verhandlung von festen Firmenraten mit Leistungsträgern (39%).

¹⁷VDR-Geschäftsreiseanalyse 2014, Kapitel 4 „Strategien im Travel Management“, Abbildung 13, Seite 11.

¹⁸VDR-Geschäftsreiseanalyse 2013, Kapitel 6 „Management von Veranstaltungen“, Abbildung 17, Seite 15.

7. Strategien im Travel Management

Verantwortungsbereich

Abhängig von der Firmengröße und dem jeweiligen Geschäftsreisevolumen ist Travel Management als eigener Verantwortungsbereich definiert, mit einer immer komplexer gewordenen Aufgabenpalette zwischen Mobilität, Mensch und Maschinen. Die größten Unternehmen haben spätestens in der Wirtschaftskrise erkannt, welche Gestaltungs- und Steuerungspotenziale in diesem Bereich stecken. Bei ihnen geht der Abdeckungsgrad in Richtung 75%. Bei Firmen mit mehr als 501–1.500 Mitarbeitern haben über die Jahre hinweg 35%–50% der Unternehmen einen eigenen Verantwortungsbereich Travel Management gemeldet. In Firmen mit 251–500 Mitarbeitern stagniert der Wert um die 20%-Marke herum. KMU haben diesen Bereich tendenziell abgebaut, auch dank der mittlerweile vielfältigen auf sie zugeschnittenen Angebote und Services, online wie offline. Bei ihnen sind (Teil-) Aufgaben des Travel Managements öfter in der Geschäftsführung, bei deren Assistenz oder im Personalbereich angesiedelt.

Anteil der Unternehmen mit eigenem Verantwortungsbereich Travel Management 2011–2016

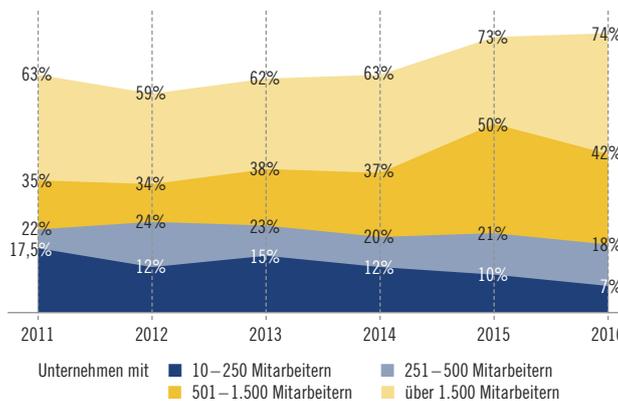


Abbildung 14

– ohne ÖS –

Reiserichtlinie

„Gibt es in Ihrem Unternehmen eine Reiserichtlinie?“

„Wie viel Prozent der Geschäftsreisen Ihres Unternehmens werden schätzungsweise außerhalb der Reiserichtlinie gebucht?“

Die Reiserichtlinie – als das wichtigste Steuerungsinstrument direkter und indirekter Kosten – ist mittlerweile bei der Mehrheit der deutschen Unternehmen ab 251 Mitarbeitern im Einsatz. In 57% der Unternehmen, die eine Reiserichtlinie nutzen, werden bis zu 5% der Reisen nicht richtlinienkonform gebucht. Diese Einschätzung ist über alle Unternehmensgrößen hinweg ähnlich.

Reiserichtlinie in Unternehmen 2013/2016

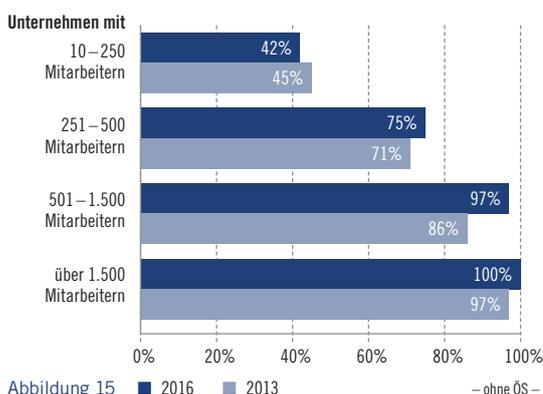


Abbildung 15

– ohne ÖS –

Gründe für die restriktivere Gestaltung der Reiserichtlinie

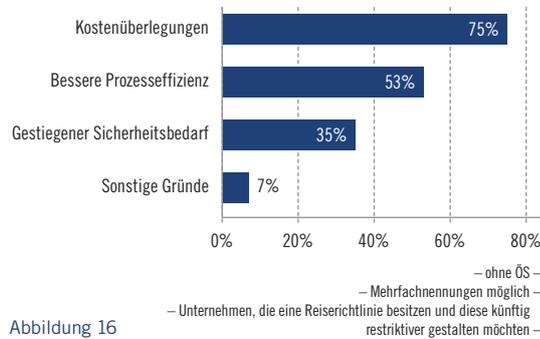


Abbildung 16

Trends in der Ausgestaltung

„Gibt es in Ihrem Unternehmen Überlegungen, die Reiserichtlinie zukünftig anders zu gestalten?“
„Wenn restriktiver, warum?“

Reiserichtlinien werden nicht ständig angepasst, und die meisten Firmen mit 10–500 Mitarbeitern planen zurzeit keine Neugestaltung. Bei größeren Firmen sind solche Pläne öfter vorhanden: 36% von ihnen möchten die Reiserichtlinie restriktiver gestalten und 4% weniger restriktiv. Der wichtigste Grund für mehr Restriktionen ist es, direkte Kosten einzusparen. Indirekte Kosten möchte etwa jede zweite Firma durch effizientere Prozesse angehen. Die Reiserichtlinie sollte zudem auch den gestiegenen Sicherheitsbedürfnissen entsprechen.

„Reiserichtlinie zukünftig weniger restriktiv: Welche Gestaltungsmerkmale erachten Sie als vorteilhaft?“

Eine geringe Zahl der Interviewpartner gab an, die Reiserichtlinie künftig weniger restriktiv gestalten zu wollen. Der Hauptgrund liegt in der Berücksichtigung von Bonusprogrammen. Auch die Verbindung mit Mitarbeiter-Budgets wurde als Kriterium genannt.

Aspekte, deren Einhaltung den Unternehmen in Bezug auf die Reiserichtlinie „sehr wichtig“ sind

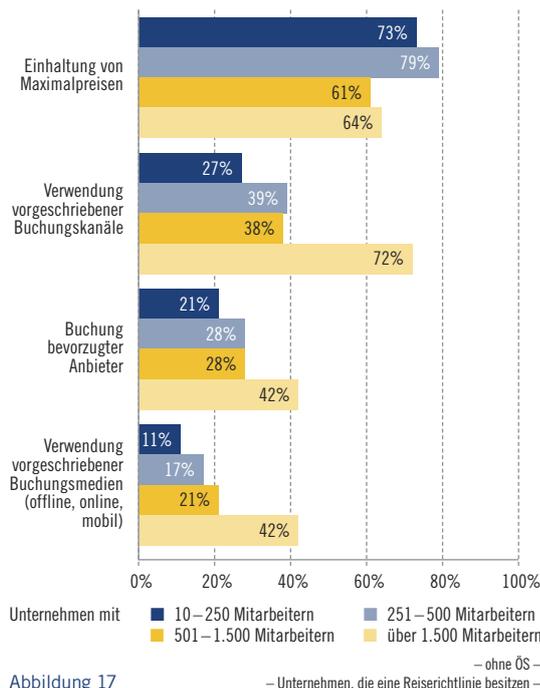


Abbildung 17

„Wie wichtig sind Ihnen die einzelnen Aspekte, wenn es um deren Einhaltung geht?“

Die Einhaltung von Maximalpreisen bei Reiseleistungen ist am wichtigsten für Unternehmen mit bis zu 1.500 Mitarbeitern, die eine Reiserichtlinie haben. Die größten Firmen mit über 1.500 Mitarbeitern legen hingegen mehr Wert auf die Nutzung eines vorgeschriebenen Buchungskanals: 72% von Ihnen ist diese Verpflichtung sehr wichtig. Bei den KMU geht es flexibler zu, denn lediglich 27% von ihnen erachten den Buchungskanal als einen sehr wichtigen Aspekt, den es einzuhalten gilt.

Reisekostenabrechnung

„Was sind Ihrer Erfahrung nach die Gründe für Fehler in der Reisekostenabrechnung?“

Der Teufel steckt in den Details, mit denen Geschäftsreiseverantwortliche im Tagesgeschäft zu kämpfen haben. Die meisten Gründe für fehlerhafte Reisekostenabrechnungen liegen im Bereich der steuerrechtlichen Angaben. Sie wären durch die Vereinfachung von Vorschriften seitens des Gesetzgebers reduzierbar. Auch schlichte Verstöße gegen die Reiserichtlinie spielen eine Rolle, insbesondere in größeren Unternehmen. Diese sind aber nicht mit absichtlich falschen Angaben zu verwechseln, die den kleinsten Teil der Probleme darstellen.

Warum sonst noch mangelhafte Abrechnungen entstehen, ist teilweise ebenso im Einflussbereich der Politik zu sehen. Komplexes Reisekostenrecht und dadurch entstandene Missverständnisse oder etwa immer kompliziertere Regelungen für Mahlzeiten und Übernachtungen werden als weitere Ursachen genannt. Eher vom Individuum und teils vom Unter-

Gründe für Fehler in der Reisekostenabrechnung

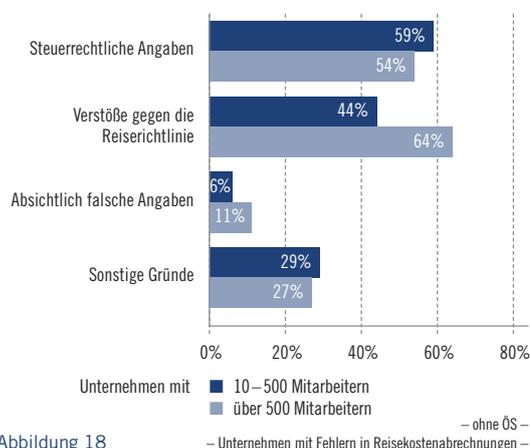


Abbildung 18

nehmen abstellbare Fehlerquellen sind:

- Tippfehler, Übertragungsfehler
- Unwissenheit
- fehlende Belege
- unvollständige Angaben



8. Sicherheit und Datenschutz

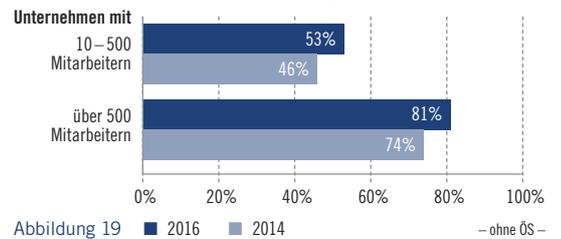
Das Thema Sicherheit hat insbesondere nach den Anschlägen vom 11. September 2001 verstärkte Bedeutung erfahren. Hinzu kommen die aktuelle politische Lage und die Gefährdung durch Terroranschläge wie in Paris oder Brüssel. Insgesamt sieht sich unsere Gesellschaft einer verstärkten Bedrohungslage ausgesetzt, das spiegelt sich auch bei den deutschen Unternehmen wider. Denn wer öfter dienstlich reisen muss, ist dementsprechend auch öfter in Gefahr – subjektiv empfunden und auch objektiv betrachtet. So haben die Unternehmen in Deutschland beim Thema Sicherheit auf Geschäftsreisen aufgeholt. Die Fragen von professioneller Prävention bis zur richtigen Reaktion werden sie wohl auch dauerhaft begleiten.

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

Widmet sich im Jahr 2016 über die Hälfte der Unternehmen mit bis zu 500 Mitarbeitern dem Thema Sicherheit auf Geschäftsreisen (53%), waren es 2014 noch 46%. Dieser Anstieg um sieben Prozentpunkte zeigt sich auch bei den größeren Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern, hier beschäftigen sich inzwischen 81% mit diesem Thema (2014: 74%).

Ähnliches meldet der öffentliche Sektor, wenn auch in schwächerer Ausprägung – erklärbar durch den wesentlich höheren Anteil an Inlandsreisen. Bei größeren Organisationen ist das Thema Sicherheit bei 65% der Interviewpartner auf der Agenda (2014: 46%), in kleineren bei 44% (2014: 33%).

Anteil der Unternehmen, die sich mit der Sicherheit der Geschäftsreisenden beschäftigen 2014/2016



Verantwortlichkeit

Verantwortlichkeit für das Thema Sicherheit der Geschäftsreisenden 2014/2016

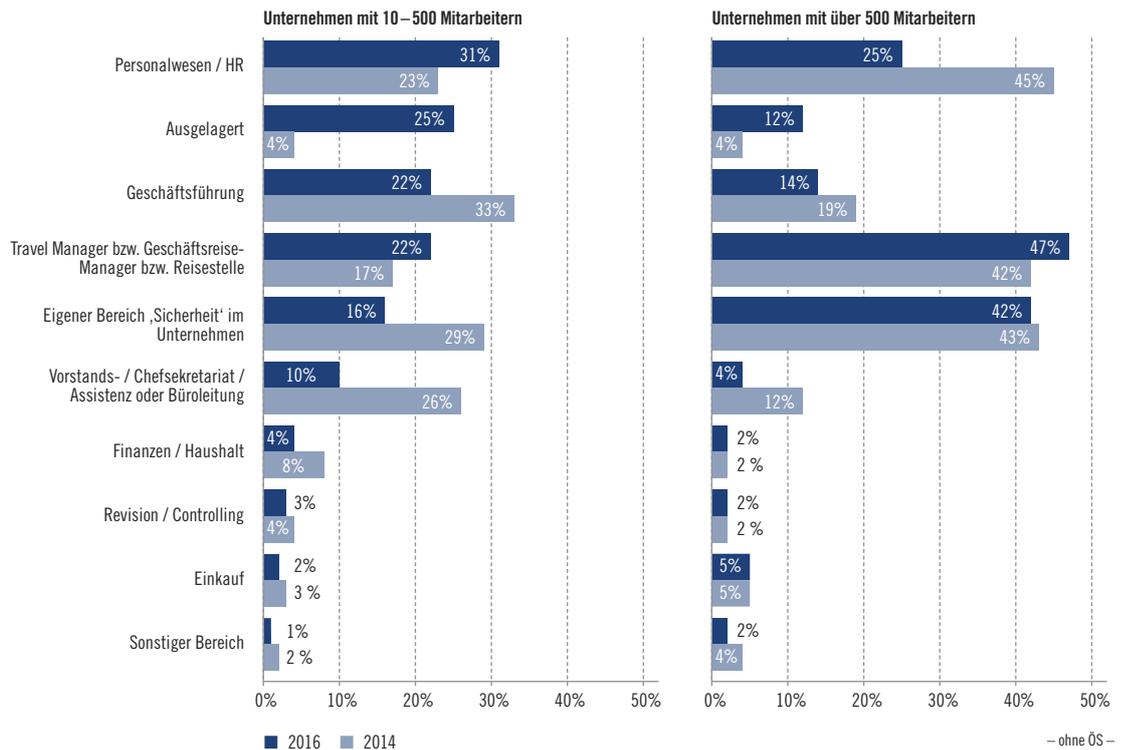


Abbildung 20

– ohne ÖS –
– Mehrfachnennungen möglich –
– Unternehmen, die sich mit dem Thema Sicherheit der Reisenden auf Geschäftsreisen beschäftigen –

Doch wer ist in den Unternehmen für das Thema „Sicherheit der Geschäftsreisenden“ in der täglichen Praxis eigentlich verantwortlich? Die Antworten zeigen, dass der Bereich generell stärker gebündelt wird. Größere Unternehmen siedeln ihn verstärkt im Travel Management an, während die Zuständigkeit im Per-

sonalwesen von 45% auf 25% gefallen ist. Bei diesen Firmen ist oft auch ein eigener Bereich „Sicherheit“ vorhanden (42%). Eine gegenläufige Entwicklung zeigt sich bei den mittelständischen Unternehmen: Hier hat die Zuordnung zum Personalwesen sogar um acht Prozentpunkte zugenommen.

Maßnahmen

Das Thema hat gerade im Hinblick auf Geschäftsreisen viele Facetten. Wie schon im Kapitel 7 (Abbildung 16) dargestellt, wird die Steuerung der Geschäftsreiseströme auf Basis der Reiserichtlinie in Zukunft wohl zunehmend auf den gestiegenen Sicherheitsbedarf ausgerichtet werden. Auf die Frage, welche Sicherheitsmaßnahmen Unternehmen anbieten, belegen die Angaben „Hinweise zum Datenschutz auf Geschäftsreisen“, „Kommunikation mit Reisenden in Gefahrensituationen“ sowie „Gesundheits- und Präventionsprogramme“ die vorderen Plätze.

Insbesondere der Bereich Gesundheits- und Präventionsprogramme wurde dabei sowohl bei mittelständischen Betrieben, als auch bei Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern deutlich ausgebaut. Kümmerte sich vor zwei Jahren erst jede fünfte kleinere Firma um das Thema, sind es heute die Hälfte (51%) und bei den Großen 63% (2014: 38%). Die Fürsorgepflichten – auch im Hinblick auf die Gesundheit der Mitarbeiter bei Geschäftsreisen – werden stärker wahrgenommen. Allerdings besteht bei den mittelständischen Betrieben im Vergleich zu den größeren Unternehmen noch Handlungsbedarf.

Maßnahmen zum Thema Sicherheit 2014/2016

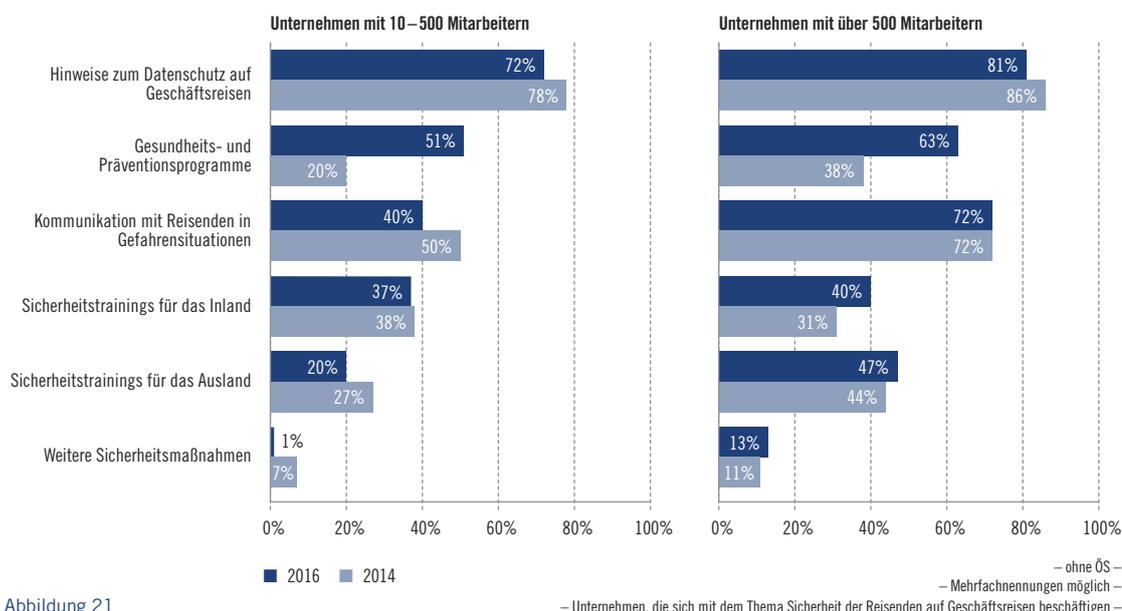


Abbildung 21

9. Trends

Geschäftsreise-Apps

Geschäftsreisende ohne Mobiltelefon bzw. Smartphone? Heute kaum mehr vorstellbar. Was noch vor siebzehn Jahren ein Privileg war (z. B. ein Blackberry im Jahr 1999), hat sich über den Status eines Kult-

gegenstandes (iPhone der Steve-Jobs-Jahre) hin zum täglichen Tool der Massen entwickelt. Entsprechend differenziert werden heute auch mobile Applikationen – „Apps“ – für jede Lebenslage entwickelt und angeboten.

Nutzung einer Geschäftsreise-App

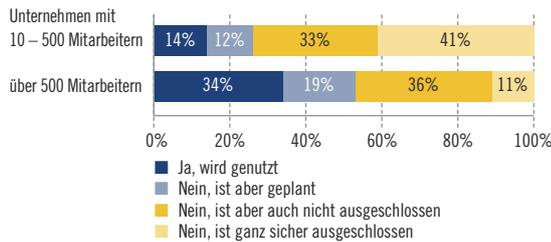


Abbildung 22

– ohne ÖS –

Der Bedarf nach besonderen Geschäftsreise-Apps scheint in größeren Unternehmen eher geweckt worden zu sein als in kleineren, von denen noch 41% der Nutzung ablehnend gegenüberstehen. Die unterschiedliche Einstellung ist sicherlich auch durch die höhere Geschäftsreisehäufigkeit in großen Firmen mit über 500 Mitarbeitern bedingt. Heute nutzen oder planen die Einführung einer „Corporate App“ 53% von ihnen. Weitere 36% schließen dieses zumindest für die Zukunft nicht aus.

Funktionen, die eine Geschäftsreise-App beinhalten muss

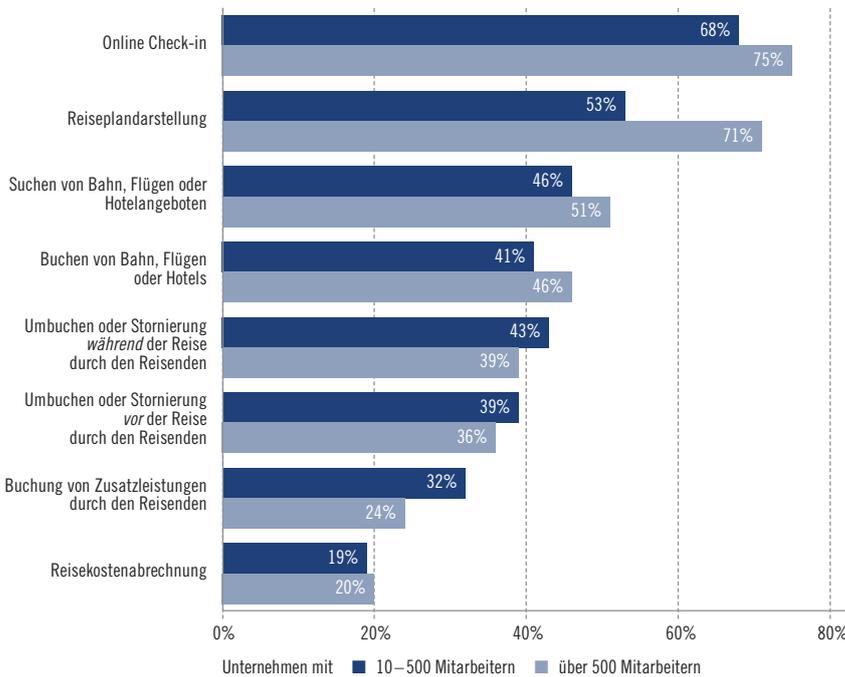


Abbildung 23

– ohne ÖS –
– Mehrfachnennungen möglich –
– Unternehmen, die eine Geschäftsreise-App nutzen bzw. die Nutzung nicht ausschließen –

„Welche Funktionen sollte eine Geschäftsreise-App enthalten?“

Von den Unternehmen, die eine Geschäftsreise-App bereits nutzen, die Nutzung planen bzw. sie für die Zukunft zumindest nicht ausschließen, wollen die meisten Erleichterungen für ihre Reisenden in den Phasen der Reiseplanung, -buchung und -durchführung. Dazu gehören beispielsweise mobiles Einchecken, Reiseplandarstellungen, Suchen und Buchen von Leistungen. Am wenigsten, aber immerhin von jedem fünften Befragten, wird noch die Möglichkeit einer integrierten Reisekostenabrechnung gewünscht. Auf der Rückreise vom Termin noch einige Belege und Beträge eintippen – eine Möglichkeit, die Reisezeit auch für Routineaufgaben zu nutzen.

„Welche Anforderungen haben Sie an eine Geschäftsreise-App im Hinblick auf die Bedürfnisse Ihrer Geschäftsreisenden?“

Verspätungsmeldungen der Bahn oder der Fluggesellschaften, das war einst innovativ – wenn etwas aus dem Ruder lief, war es eine Nachricht an den Reisenden wert. Heute gilt es, die Bedürfnisse der Geschäftsreisenden samt den Pflichten und Vorschriften des Unternehmens in den Mittelpunkt zu stellen: Direktkontakt zu Dienstleistern, nützliche, auch vorbereitende Informationsdienste für unterwegs bis zu einer Rundum-„Door-to-Door“-Assistenz von der Abreise bis zur Rückkehr – die Liste wird länger und die Schnittstellen zahlreicher. Im Zusammenhang mit erhöhten Sicherheitsbedürfnissen und Anpassungen in den Reiserichtlinien ist damit auch ein integriertes mobiles Travel Risk Management gemeint.¹⁹ Der Unterhaltungswert gehört für lediglich 5%–6% der Geschäftsreiseverantwortlichen zu einer der wichtigsten drei Anforderungen.

Anforderungen an eine Geschäftsreise-App

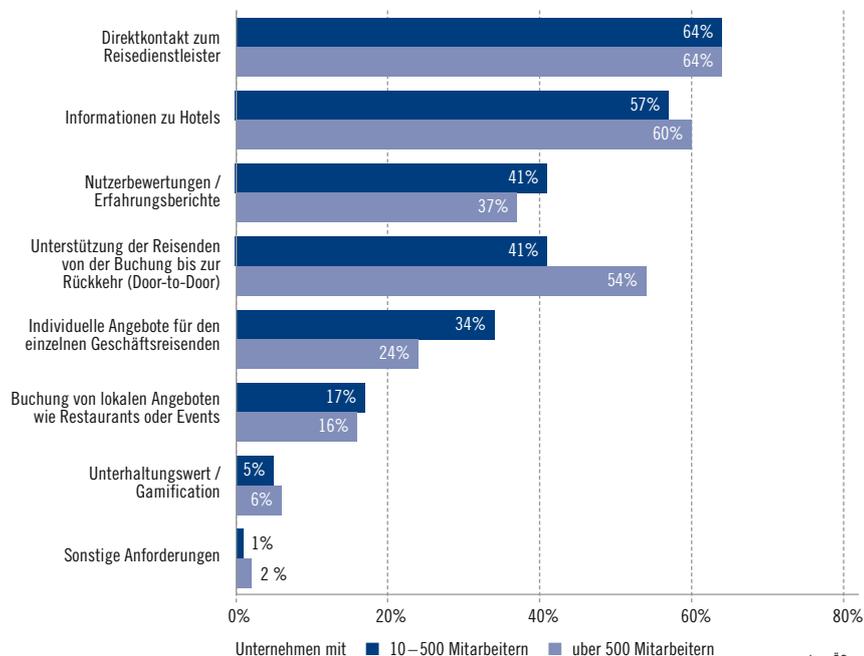


Abbildung 24

Mobile Buchungen

„Welche der folgenden Angebote für Geschäftsreisen werden in Ihrem Unternehmen mobil gebucht bzw. welche Angebote möchten Sie zukünftig mobil buchen?“

Der jahrelange Trend hin zu „mehr online“ bestätigte sich im Vorjahr. Doch auch wenn Informationen zunehmend mobil abgefragt wurden, waren mobile Buchungen bei den Befragten noch kein bevorzugter Weg. Ihr Anteil an den Gesamtbuchungen wurde mit 4%–5% angegeben.²⁰ Je nach Leistungsträger und Angebotstyp ist die Bereitschaft zu „mehr mobil“ differenziert zu sehen. Bei den diesmal abgefragten Alternativen liegen Mietwagenfirmen, Taxidienstleister und ÖPNV-Anbieter vorne. Mobil buchen zu können gehört bei solchen Transportdienstleistern fast schon zum Standardrepertoire.

Generell kann man feststellen: Wenn das Risiko für das Unternehmen überschaubar bleibt und je größer

Mobile Buchung – aktuell bzw. gewünscht

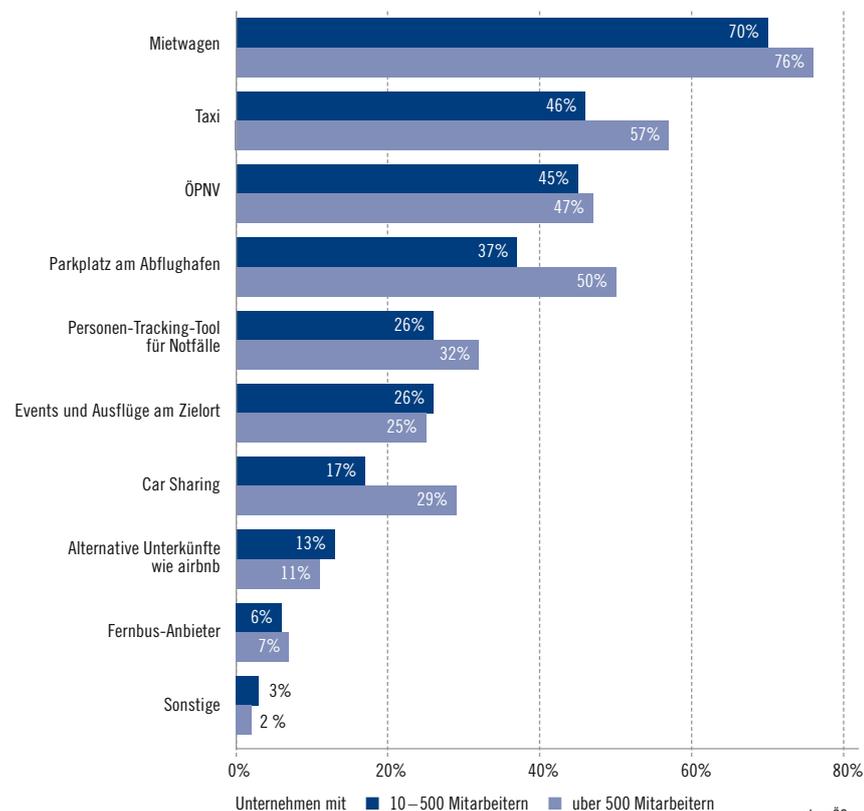


Abbildung 25

¹⁹ Mehr aktuelle Hintergründe und was bei der Planung und Einführung einer „Corporate App“ generell beachtet werden sollte: Graue, O.: „Smartphones und Geschäftsreisen“, in BizTravel 29.04.2016, <http://biztravel.fvw.de/umgang-mit-apps-co-smartphones-und-geschaeftsreisen/1/156441/14697>

²⁰ VDR-Geschäftsreiseanalyse 2015, Kapitel 6 „Buchung und Abrechnung“, Abbildung 21, Seite 18.



der Nutzen für den Reisenden ist, umso eher sind auch Geschäftsreiseverantwortliche für mobile Buchungsmöglichkeiten zu gewinnen. Im Bereich Sicherheit scheinen diese Möglichkeiten jedoch noch nicht ausgeschöpft zu sein, so interessiert sich für Personen-Tracking-Tools beispielsweise erst etwa jede dritte Firma.

Genutzte Betriebssysteme

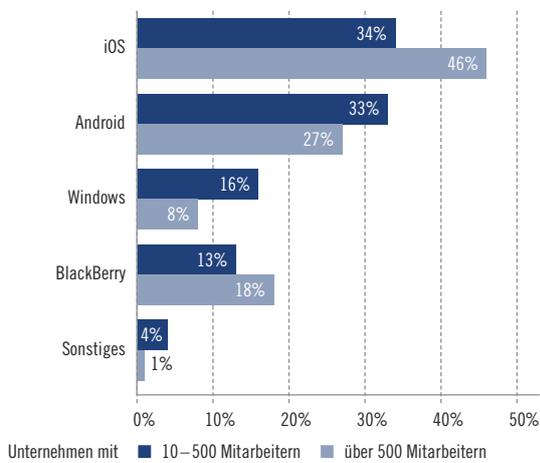


Abbildung 26

– ohne OS –
– Unternehmen, deren Geschäftsreisende mobile Endgeräte nutzen –

„Welches Betriebssystem wird von Geschäftsreisenden überwiegend mobil (auf dem Smartphone/Tablet) genutzt?“

Mit einem BlackBerry-Pager wurden 1999 die ersten E-Mails über eine mobile Internetverbindung empfangen oder gesendet, Kalender synchronisiert und im noch jungen Internet gesurft.²¹ Heute sind bunte Bildschirme in unterschiedlichen Größen die Regel auf der Reise. Im deutschen Markt erzielten Android-Geräte im 3-Monatszeitraum bis Februar 2016 einen Marktanteil am Absatz von rund 76%, das iPhone einen Anteil von 16%.²²

Deutlich anders sieht es bei den Geschäftsreisenden aus: Dort ist iOS der Marktführer, wobei Android-Geräte, Windows Phones und BlackBerries sich im Mittelstand ebenso zweistellig behaupten. Etwas deutlicher geteilt sind die Anwenderfronten in den größeren Unternehmen.

Sharing Economy

„Welche der folgenden Angebote aus dem Bereich Sharing Economy kennen Sie?“

„Ganz grundsätzlich: Welche der folgenden Angebote dürfen von Ihrem Unternehmen/Ihren Geschäftsreisenden gebucht werden?“

Der Bekanntheitsgrad und die Bereitschaft, Sharing-Economy-Angebote zu buchen, wachsen im Geschäftsreisemarkt. Car-Sharing-Dienste sind bei Geschäftsreisereisenden in Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern weitestgehend bekannt (94%) und auch ihre Buchung wird öfter erlaubt als im Vorjahr. Bei Unterkünften und Fahrdiensten bleiben diese Firmen zurückhaltend. Die größte Akzeptanz erfahren Sharing-Economy-Alternativen aller Angebotstypen, ob für Transport oder Übernachtung, in kleineren Unternehmen.

²¹ www.telegraph.co.uk/technology/blackberry/11347347/The-history-of-BlackBerry-in-pictures.html?image=1

²² http://de.statista.com/statistik/daten/studie/251737/umfrage/marktanteil-des-apple-iphone-am-smartphone-absatz-in-deutschland/

Angebote aus dem Bereich Sharing Economy 2015/2016

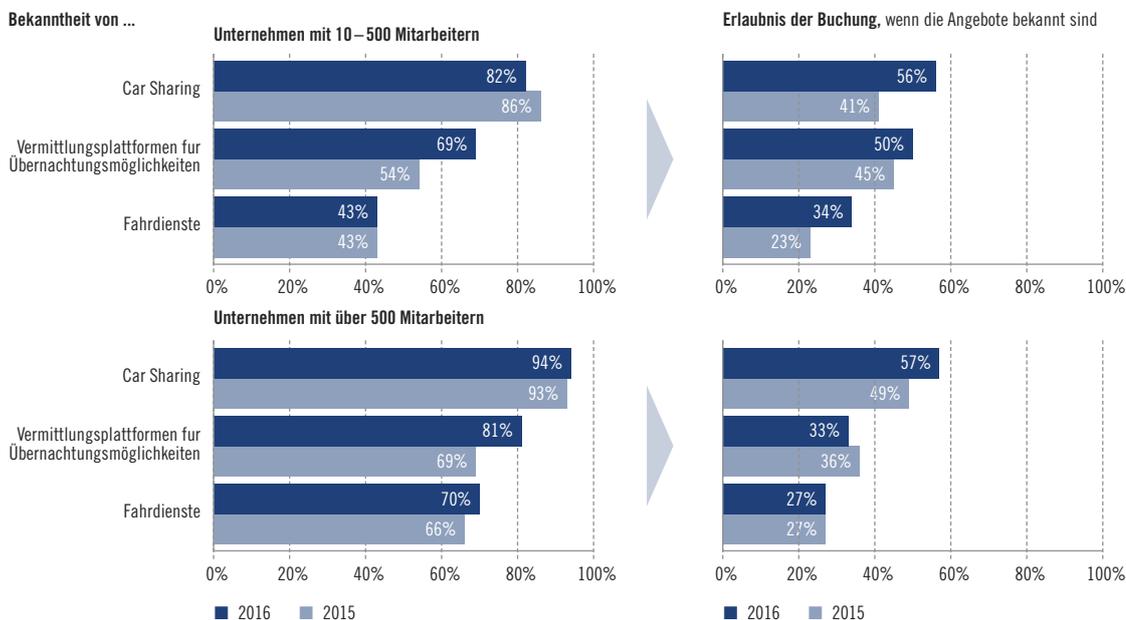


Abbildung 27

– ohne ÖS –

„Was sind die Gründe, wenn Sharing-Economy-Angebote nicht erlaubt sind?“

Wenn Sharing-Economy-Plattformen gute Lösungen für Sicherheits- und versicherungsrechtliche Fragen entwickeln, dürfte sich die bisherige Zurückhaltung in deutschen Unternehmen reduzieren. Denn diese Punkte sind für mehr als die Hälfte der Hauptgrund, wenn sie ein Angebot für ihre Geschäftsreisenden ablehnen. Für große Firmen sind Steuerungs- und Kostengründe der zweitwichtigste Grund. Für jeden dritten Befragten ist auch die Zuverlässigkeit der Anbieter nicht hoch genug. Mit eigener schlechter Erfahrung argumentieren 17%.

Gründe, aus denen die Buchung von Sharing-Economy-Angeboten nicht erlaubt ist

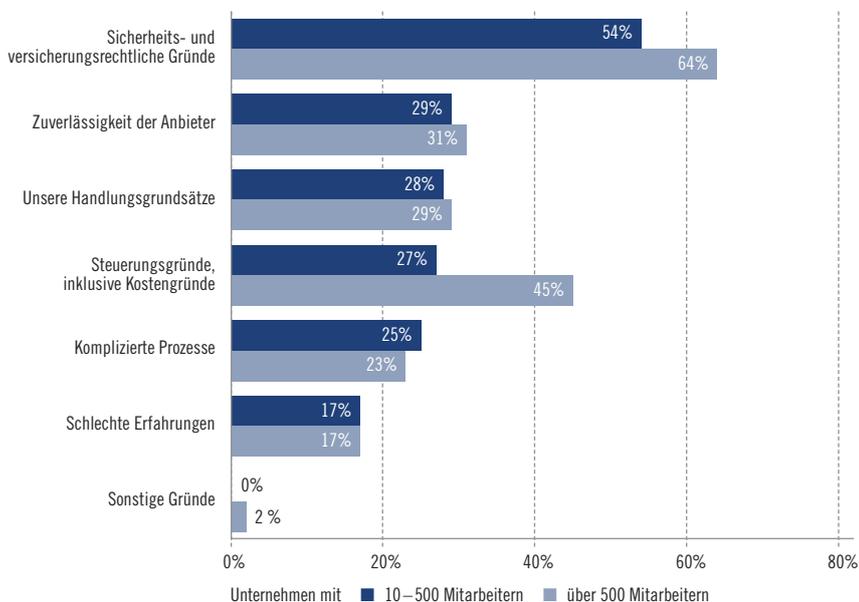


Abbildung 28

– ohne ÖS –
 – Mehrfachnennungen möglich –
 – Unternehmen, die die Angebote kennen und bei denen die Buchung mindestens eines Angebotes aus der Sharing Economy nicht erlaubt ist –

10. Ausblick 2017

Entwicklung des Geschäftsreisevolumens

„Wie wird sich die Anzahl der Reisen Ihres Unternehmens im Jahr 2017 im Vergleich zum Jahr 2016 verändern?“

Das Vertrauen und die positive Grundstimmung aus dem Vorjahr werden in den Prognosen der Geschäftsreiseverantwortlichen für 2017 nicht uneingeschränkt fortgeschrieben. Im kommenden Jahr wird insgesamt mit einer Konsolidierung gerechnet, und je nach wirtschaftlicher, politischer und gesellschaftlicher Entwicklung, beinhalten die Pläne auch eine Stagnation oder Rückgänge der Reiseaktivitäten: Sie sind nach wie vor ein sensibles Pendel der globalen „Großwetterlage“, die direkte Auswirkungen auf die Exportnation Deutschland hat.

Laut OECD verlangsamt sich das Wachstum in zahlreichen Schwellenländern und die wirtschaftliche Erholung fällt in den Industriestaaten bescheiden aus.²³ Die Bundesregierung rechnet für 2017 mit einem schwächeren Wirtschaftswachstum: In der Frühjahrsprojektion wird ein Anstieg des Bruttoinlandsprodukts von 1,7% im Jahr 2016 und 1,5% im kommenden Jahr erwartet. Der niedrige Wechselkurs wirkt sich weiterhin günstig auf die Exportchancen der deutschen Wirtschaft aus.²⁴ Die verhaltene Weltkonjunktur und wachsende Risiken scheinen gleichwohl bremsend.

Wesentlich öfter als in den Vorjahren bringen Interviewpartner ihre Unsicherheit zum Ausdruck, indem sie für 2017 lieber keine Prognose abgeben. Sowohl im Hotel- als auch im Flugbereich zeigt sich Bewegung weg von stabilen Verhältnissen, aber in beide Richtungen: Mit Wachstum auf der einen und Rückgängen auf der anderen Seite könnten sie mit einem blauen Auge davonkommen.

Dies sollte aber sehr differenziert betrachtet werden: Planten im Vorjahr 10% der größten Firmen mit weniger Flugreisen, sind es nun 26%. Dafür könnte bei ihnen der Bahnanteil deutlich steigen: das sagen 46%. Solche Verschiebungen zugunsten der Bahn dürfte auch der Mietwagenbereich zu spüren bekommen.

Geschätzte Entwicklungen Übernachtungen und Verkehrsmittel 2017

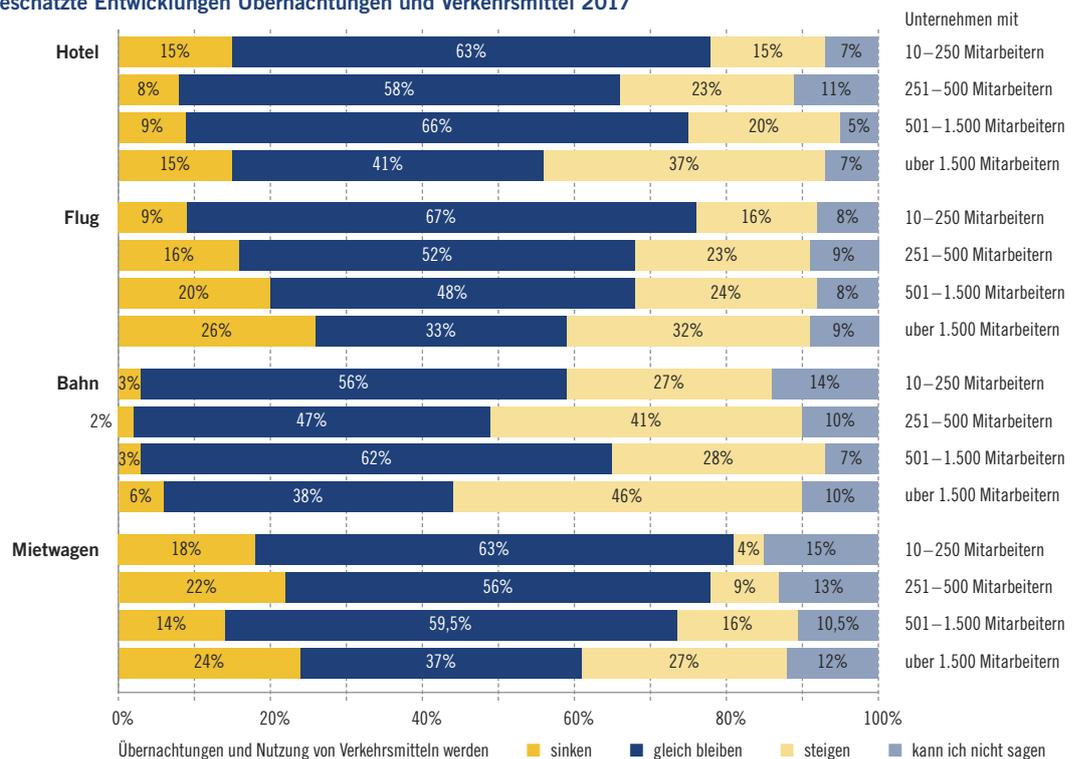


Abbildung 29

– ohne ÖS –

²³ OECD: Interim Economic Outlook, 18.2.2016.

²⁴ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: Pressemitteilung 20.04.2016.

Methodik und Impressum

Methodik

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

Sektor werden aufgrund branchenbedingter Unterschiede meistens getrennt dargestellt. Die entsprechende Datenbasis wird an den jeweiligen Stellen deutlich gemacht:

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

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

	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	429.982	15.207.886	8.864	3.052.830	4.163	3.282.391	1.209	3.506.669	444.218	25.049.776

– Stand: 2015 –
– ohne Betriebe mit 1–9 Beschäftigten –

Tabelle 3

Quelle: Eigene Berechnung, in Anlehnung an Statistik der Bundesagentur für Arbeit, Datenzentrum, Nürnberg. Berechnung anhand der WZ08 (2014 und 2015) und der WZ03 (2008)

Aus der oben genannten Grundgesamtheit wurde eine Zufallsstichprobe gezogen. Zwischen Januar und April 2016 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 2015. Sämtliche Hochrechnungen ohne Verweis auf Sekundärquellen beziehen sich auf eine Sonderauswertung aus der Statistik der Bundesagentur für Arbeit (siehe Tabelle 3).

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

Folgende Betriebsgrößen sind für diese Untersuchung beibehalten worden:

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

Aufgabenbereich der Interviewpartner 2016

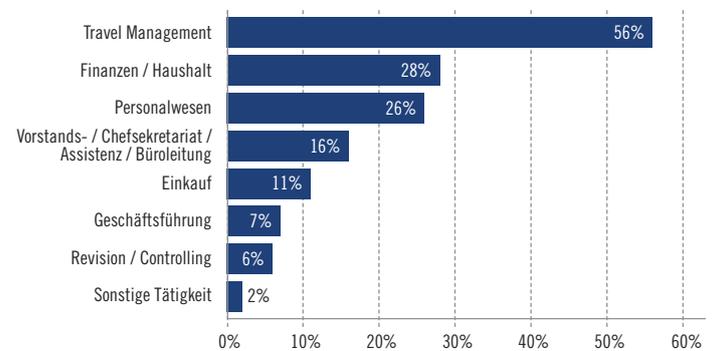


Abbildung 30

– Mehrfachnennungen möglich –

Branchenzugehörigkeit der Interviewpartner 2016

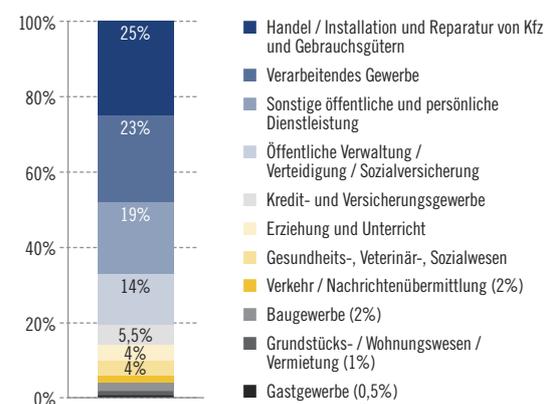


Abbildung 31

Das Forschungsteam

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) definiert seit 2003 als Herausgeber unter Einbeziehung seiner Mitglieder die grundlegende Struktur für diese Analyse und wählt aktuelle Fragestellungen aus, die unter anderem von Lesern angeregt werden. United Research AG übernimmt die Feldarbeit sowie die wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung, die von der Firma Research Factory durchgeführt wird. Antje Adam, Claudia Giese, Viola Eggert (VDR) und Claudia Schwager-Wehming (United Research) arbeiten mit der Projektleiterin Kirsi Hyvärinen (PRÁTTO 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 VDR-Fachausschussleiter.

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)

Der Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) setzt sich als Interessenvertretung der deutschen Wirtschaft zum Thema Geschäftsreisemanagement für effiziente, wirtschaftliche, sichere, ungehinderte, weltweite Reisemöglichkeiten für Unternehmen ein. Er vertritt mit seinen über 550 Mitgliedsunternehmen einen Gesamtumsatz im Geschäftsreisebereich von jährlich mehr als zehn Milliarden Euro.

Impressum

Diese Studie in Deutsch und Englisch (Ausgaben 2007–2016) sowie deutsch- und englischsprachige Management Summaries der Jahre 2003–2006 sind kostenfrei verfügbar unter www.geschaeftsreiseanalyse.de.

Der Inhalt dieses Dokuments unterliegt dem Urheberrecht. Veränderungen, Kürzungen, Erweiterungen und Ergänzungen, jede Veröffentlichung oder Übersetzung, gewerbliche Nutzung oder Nutzung zu Schulungszwecken durch Dritte bedürfen der vorherigen schriftlichen Einwilligung durch den VDR. Jede Vervielfältigung ist nur zum persönlichen Gebrauch gestattet und nur unter der Bedingung, dass dieser Urheberrechtsvermerk beim Vervielfältigen auf dem Dokument selbst erhalten bleibt. Zitate aus der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2016 mit Hinweis auf die Quelle sowie unter Beachtung der angegebenen Sekundärquellen sind ausdrücklich erwünscht, Beleg erbeten.

Soweit in den Texten nur die männliche Form gebraucht wird, geschieht dies aus Vereinfachungsgründen. Weibliche und männliche Form sind damit gleichermaßen gemeint.

Herausgeber

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 695229 0
Fax +49 69 695229 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Copyright © Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)
2016 All rights reserved.
Originalausgabe 2016

Layout

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

Druck

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



ClimatePartner^o
klimaneutral

Druck | ID: 53372-1605-1001

Diese Broschüre wurde klimaneutral gedruckt auf zertifiziertem Papier aus Recyclingfasern

amadeus



What's cooking?

Brandheiß.

Der Amadeus Blog. Die Pflichtlektüre für alle, die über den Teller-
rand schauen. Die heißesten Texte und knackfrische Impulse zur
Zukunft der Reisebranche. Einfach mal ausprobieren!

Jetzt lesen auf:
blog.de.amadeus.com

VDRVerband Deutsches
Reisemanagement e.V.

Darmstädter Landstraße 125
60598 Frankfurt am Main
Tel. +49 69695229 0
Fax +49 69695229 29
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de

Mit freundlicher
Unterstützung von

**AMADEUS**