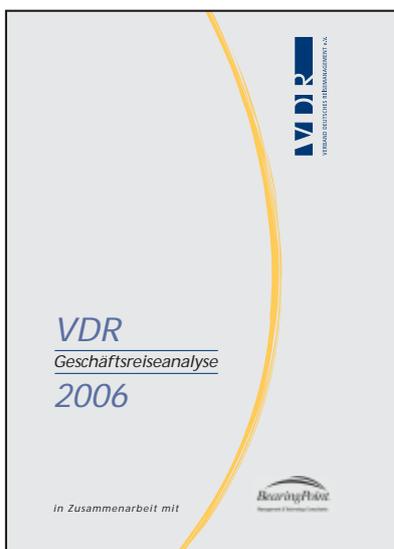

VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006

in Zusammenarbeit mit BearingPoint

Management Summary



Herausgeber

Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)
Darmstädter Landstraße 110
60598 Frankfurt/Main
Telefon 069 69 52 29 0
Telefax 069 69 52 29 29
info@vdr-service.de
www.vdr-service.de
info@geschaeftsreiseanalyse.de
www.geschaeftsreiseanalyse.de

Die komplette **VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006**
ist im Buchhandel erhältlich.
52 Seiten, 35 Abbildungen und 6 Tabellen, DIN A4
ISBN 3-938778-04-0, € 79,00

Management Summary

Hunderttausende von deutschen Arbeitsplätzen in Hotellerie und Gastronomie, bei Verkehrsträgern, Reisebüros und anderen Unternehmen verdanken Existenz und Erhalt den Geschäftsreisen. Am Wirtschaftsstandort Deutschland, im weiter wachsenden Europa und weltweit schaffen Geschäftsreisen die stabile Nachfrage für moderne *Verkehrsinfrastrukturen* und *Services*. Ohne anspruchsvolle und kaufkräftige Geschäftsreisende verlief die Einführung neuer *Produkte* und *Technologien* weit weniger dynamisch. Und Millionen von Urlaubsreisenden profitieren nachhaltig von Angeboten, die vom Geschäftsreisemarkt indirekt mitfinanziert werden.

Welche enorme ökonomische Bedeutung der berufsbedingten Mobilität zukommt, hat die VDR-Geschäftsreiseanalyse seit 2003 jährlich gezeigt. Die zweite Studie bezifferte die Gesamtausgaben von Unternehmen und öffentlichem Sektor für die Mobilität inklusive Veranstaltungen, mobiler Kommunikation und Fuhrparks auf jährlich über *120 Milliarden Euro*. Jetzt liegt die vierte VDR-Geschäftsreiseanalyse vor, die wieder wichtige

Kennzahlen präsentiert und Entwicklungen aufzeigt, aber auch neue Aspekte beleuchtet.

Die diesjährige Analyse bietet *neue Erkenntnisse* zu den unterschiedlichen Anlässen einer Geschäftsreise, den wichtigsten Zielländern, zur internationalen Konsolidierung und Erfolgsmessung im Travel Management – und zu vielem mehr. Die Ergebnisse belegen, dass auch in einem herausfordernden Umfeld *Travel Manager* am erfolgreichsten wirtschaften. Doch welche konkreten Bedürfnisse haben Unternehmen und ihre Travel Manager, um noch wettbewerbsfähiger agieren zu können? Eine weitere aktuelle Fragestellung, denn die VDR-Geschäftsreiseanalyse soll auch dazu beitragen, künftige Rahmenbedingungen professionell und wirksam zu gestalten.

Die verlässlichen Fakten der Studie steigern die Qualität des fachlichen Dialogs zwischen allen Akteuren am Geschäftsreisemarkt. *Neutralität*, *Regelmäßigkeit* und *Repräsentativität* sind dafür notwendige Voraussetzungen.

Wichtige Ergebnisse der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006

Die Eckdaten

- ◆ 2005 gab es in Deutschland 6,9 Millionen Geschäftsreisende, die
- ◆ 150,7 Millionen Geschäftsreisen im ermittelten Gesamtwert von
- ◆ 46,2 Milliarden Euro unternahmen.

2004:
7,4 Mio.
146,4 Mio.
44,0 Mrd.

17.200 Geschäftsreisen pro Stunde

Jede Stunde beginnen in Deutschland durchschnittlich 17.200 Geschäftsreisen. Aber: „time is money“ – der Trend zu kürzeren Reisen hält an. Eine Geschäftsreise im Jahr 2005 dauerte durchschnittlich nur noch 2,3 Tage. Dagegen hat sich der Anteil von Geschäftsreisen mit sechs und mehr Tagen in zwei Jahren halbiert.

Jeder Dritte reist geschäftlich

In Deutschland unternimmt jeder dritte Beschäftigte mindestens eine Geschäftsreise pro Jahr.

Kostenexplosion bei kleinen und mittleren Unternehmen

Die durchschnittlichen Kosten pro Geschäftsreise sind im letzten Jahr bei den KMU in die Höhe geschossen. Der Ausgabenzuwachs insgesamt explodierte und betrug rund 24% – bei gleicher Anzahl von Reisen.

Großbetriebe auf Schlankheitskur

Wer in Travel Management investiert, hat gewonnen. Das sind typischerweise größere Betriebe. Sie haben ihre Geschäftsreiseausgaben in den letzten zwei Jahren stark reduzieren können.

Travel Manager knacken Sparreserven

Wer auf Travel Management verzichtet, gibt mehr aus als er muss. 38% der Travel Manager haben 2005 mindestens jeden fünften Euro eingespart.

Geschäftsreisende machen Umsatz...

Trotz aller Sparmaßnahmen sind Geschäftsreisende weiterhin die „Big Spender“ – im letzten Jahr gaben deutsche Geschäftsreisende 11,3 Milliarden Euro in der weltweiten Hotellerie aus, plus 12% im Vergleich zu 2004. Drei Viertel dieser Übernachtungsausgaben blieben im Inland (8,6 Milliarden Euro, das sind 76%). Weltweit zahlten deutsche Geschäftsreisende im Durchschnitt 142 Euro pro Übernachtung (plus 10 Euro gegenüber 2004).

...und füllen Bettenkapazitäten

Geschäftsreisende sorgen für eine stabile Nachfrage zum Beispiel in der Hotellerie. Die Gesamtzahl der Übernachtungen 2005 betrug 51,3 Millionen (plus 3,4% im Vergleich zu 2004).

Die wichtigsten Geschäftsverbindungen

Die USA und Frankreich punkten als die wichtigsten Geschäftsreiseziele der deutschen Wirtschaft – dicht gefolgt von China. Und auch EU-Newcomer Polen ist unter den Top Ten. Zwei Märkte werden das Reiseinteresse in Zukunft dominieren: die USA und China. Keine anderen Länder werden für Geschäftsreisen so wichtig sein wie diese beiden unterschiedlichen Giganten.

Pi mal Daumen statt Präzision

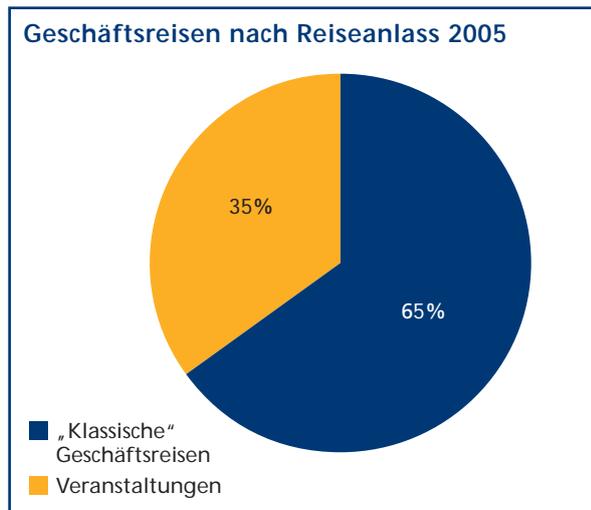
Bei der Messung des Sparerfolgs gönnen sich viele Unternehmen große Toleranzen. Ein Drittel der Firmen interessiert sich gar nicht für die Quantifizierung, die meisten anderen geben sich mit „Hausnummern“ zufrieden.

Fortschritt in Amtsstuben

Bits und Bytes statt Bleistift und Blaupapier: Immer öfter werden Reisegenehmigungen und Reisekostenabrechnungen im öffentlichen Sektor elektronisch unterstützt. Ein deutlicher Trend seit zwei Jahren.

Gründe für Geschäftsreisen

Mit 65% überwiegen meist kundenorientierte „klassische“ Geschäftsreiseanlässe wie Kundenbesuche, Akquisition und Vertrieb. Veranstaltungen wie Messen, Kongresse, Firmenevents, Schulungen und Seminare bilden den Grund für 35% der Geschäftsreisen.



Unternehmen 2005, ohne öffentlichen Sektor

Service – die treibende Kraft

Niemand sonst jagt Aufträgen so hinterher wie „hungrige“ Dienstleister. Kein Wunder, dass ihre Geschäftsreiseausgaben um ein Drittel gestiegen sind, das Reisevolumen der kleinen und mittelgroßen Dienstleister hat sich im Vergleich zum Vorjahr sogar mehr als verdoppelt.

Appell zum Bürokratieabbau

Von den Firmen, die bessere Rahmenbedingungen benötigen, wünschen 77% eine deutliche Vereinfachung im Steuersystem bei Geschäftsreisen. Damit zusammenhängend sollte auch die staatliche Bürokratie abgebaut werden.

Prognose: Zahl der Geschäftsreisen nimmt zu

Für das Jahr 2007 erwartet die große Mehrheit der Unternehmen eine gleich bleibende bis wachsende Geschäftsreisetätigkeit. Auffällig ist dabei die deutlich gestiegene Bereitschaft der Wirtschaft, derartige Planungsaussagen zu treffen.

Über die oben dargestellten Ergebnisse hinaus liefert die *VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006* weitere repräsentative Zahlen zur wirtschaftlichen Bedeutung von Geschäftsreisen, zu organisatorischen Fragestellungen und brandaktuellen Themen im Travel Management.

Geschäftsreise-Management macht Erfolge messbar

Travel Management ist kein strategisches Geschäftsfeld, doch es unterstützt strategisch die eigentliche Geschäftstätigkeit der Unternehmen. Travel Manager sind Dienstleister in einer Wertschöpfungskette. Zu ihren komplexen Aufgaben gehören neben dem optimierten Einkauf von Reiseleistungen vor allem die Kostensteuerung und das Prozessmanagement. Qualität und Sicherheit der Reiseleistungen sowie ein exzellenter und flexibler Service für die Reisenden stehen dabei ebenso im Vordergrund wie der quantifizierbare, wirtschaftliche Nutzen.

Zur Methodik der VDR-Geschäftsreiseanalyse 2006

Die Grundgesamtheit der *repräsentativen Studie* bilden alle Unternehmen mit Sitz in Deutschland – auch diejenigen mit Aktivitäten im Ausland – sowie Einrichtungen des öffentlichen Sektors ab zehn Mitarbeitern. Als differenzierende Merkmale wurden die *Branchenzugehörigkeit* und *Größenordnung nach Mitarbeitern* herangezogen und in je vier Betrachtungskategorien eingeteilt.

Zwischen März und April 2006 wurden *512 computergestützte Telefoninterviews* mit Personen geführt, die für das Management von Geschäftsreisen zuständig sind beziehungsweise organisatorisch befugt sind, die gesuchten Daten zur Verfügung zu stellen. Neben der Berufsgruppe der Travel Manager rekrutierten sich die Interviewpartner aus Geschäftsführern, Personalreferenten, Controlling-, Finanz- und Einkaufsverantwortlichen, Sekretariaten/Assistenten sowie vergleichbaren Organisationsbereichen im öffentlichen Sektor.

Als *Geschäftsreisen* sind alle *betrieblich veranlassten Reisen* definiert, die anhand von einzelnen *Reisekostenabrechnungen* erfasst werden. Die Dauer, der Zweck, die Entfernung, das Ziel der Reise oder die berufliche Stellung der Reisenden sind hierfür unerheblich. Antworten auf qualitative Fragen spiegeln die zum Zeitpunkt der Befragung aktuelle Situation wider, alle anderen basieren auf den Zahlen des Jahres 2005.

Forschungsteam

- ◆ Der *Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR)* definiert als Herausgeber unter Einbeziehung seiner Mitglieder die grundlegende Struktur für die VDR-Geschäftsreiseanalyse und wählt aktuelle Fragestellungen aus.
- ◆ Das Beratungsunternehmen *BearingPoint* verantwortet die fachlich-analytische Arbeit, Berichterstattung sowie organisatorische Betreuung des Studienprojektes.
- ◆ *United Research AG* übernimmt die Feldarbeit sowie die wissenschaftliche Aufbereitung der Primärdatenerhebung.

Mit freundlicher Unterstützung von:

