DITF
Deutsches Institut
für Tourismusforschung

FH Westküste
Wirtschaft und Technik

RA ReiseAnalyse
business

RA Business 2020

Zentrale Ergebnisse zu Einstellungen und Verhalten bei Übernachtungsgeschäftsreisen der Deutschen

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR)
Fleethörn 23 • D-24103 Kiel • Germany
Tel.: +49 (0) 431 - 88 88 800 • info@reiseanalyse.de
www.reiseanalyse.de

Deutsches Institut für Tourismusforschung (DITF) FH Westküste
Fritz-Thiedemann-Ring 20 • D-25746 Heide • Germany
Tel.: +49 (0) 481 - 85 55 566 • info@ditf-fhw.de
www.dift-fhw.de

Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)
Fleethörn 23 • D - 24103 Kiel • Germany
Tel.: +49 (0) 431 - 666 5670 • info@nit-kiel.de
www.nit-kiel.de

Das Deutsche Institut für Tourismusforschung (DITF), das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa (NIT) und die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) freuen sich, **ausgewählte Ergebnisse** aus der **„RA Business 2020“**, der Reiseanalyse für Übernachtungsgeschäftsreisen, mitzuteilen. Die seit fast 50 Jahren jährlich durchgeführte Reiseanalyse gilt als detaillierteste Untersuchung zur deutschen Urlaubsreisenachfrage, die nun zum zweiten Mal nach 2019 um das Segment der Geschäftsreisen ergänzt wurde. Die FUR ist eine neutrale, nicht kommerzielle Interessengemeinschaft der Nutzer von Tourismusforschung.

Übernachtungsgeschäftsreisende im deutschen Quellmarkt

Was ist die RA Business?

Über die Geschäftsreisenden, ihre Motive, Bedürfnisse und ihr konkretes Reiseverhalten ist immer noch Vieles unbekannt. Gleiches gilt für den Einfluss der sich immer schneller wandelnden sozio-technologischen Rahmenbedingungen auf das Verhalten der Geschäftsreisenden. Gleichzeitig ist der Informationsbedarf über den Geschäftsreisemarkt in der Branche groß. Für die Praxis stehen zwar mehrere Studien zur Verfügung, die in unterschiedlichen Abständen und mit unterschiedlichem Fokus Informationen liefern. Allerdings fehlte bislang eine repräsentativ angelegte Erhebung zu den Geschäftsreisenden aus dem deutschen Quellmarkt. Diese Lücke schließt seit 2019 die **RA Business**. Durch den Vergleich mit den Ergebnissen der „klassischen“ Reiseanalyse zu den Urlaubsreisen können insbesondere die Besonderheiten der Geschäftsreisen gegenüber den Urlaubsreisen in den Fokus gerückt werden.
Vor diesem Hintergrund befassen sich das Deutsche Institut für Tourismusforschung (DITF), das Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT) und die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (beide Kiel) mit den Übernachtungsgeschäftsreisenden.

Geschäftsreisen: Definition

Eine Übernachtungsgeschäftsreise ist dabei wie folgt definiert:
Reise mit mindestens einer Übernachtung, die durch Beruf oder Ausbildung veranlasst ist und deren Kosten überwiegend nicht privat vom Reisenden getragen wurden. Nicht dazu zählen: Tagesgeschäftsreisen sowie regelmäßige Fahrten zwischen der eigenen Wohnung und der Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte (d.h. jede Form des Pendelns), Montage und mobile Arbeit (bspw. Flugbegleiter, LKW-Fahrer etc.).

Methodisch beruht die RA Business auf einem zweistufigen Untersuchungsansatz:
(1) In einem ersten Schritt wurden das Volumen und die Struktur von Übernachtungsgeschäftsreisenden und -reisen in der RA online repräsentativ für die deutschsprachige Bevölkerung im Alter von 14 bis 75 Jahren erfasst (n = 2.514). Die Interviews der RA online wurden von Ipsos durchgeführt. Zentrales Ergebnis der im Mai 2020 durchgeführten Erhebung: Rund 16 % der repräsentierten Bevölkerung, das sind gut 10 Mio. Personen, unternahmen zwischen Mai 2019 und April 2020 mindestens eine Übernachtungsgeschäftsreise.
(2) Basierend auf den in der RA online ermittelten Inzidenzen zu Reisehäufigkeit und Reiseart wurden im anschließenden zweiten Schritt Geschäftsreisende tiefergehend zu ihrem Reiseverhalten, zu positiven Effekten der Geschäftsreisetätigkeit und zu ausgewählten Themenbereichen (z. B. Reiserichtlinien, Coronakrise) befragt. Diese Interviews wurden im Juni 2020 (05.06. – 17.06.2020) von Norstat durchgeführt (n = 2.012 Übernachtungsgeschäftsreisende).

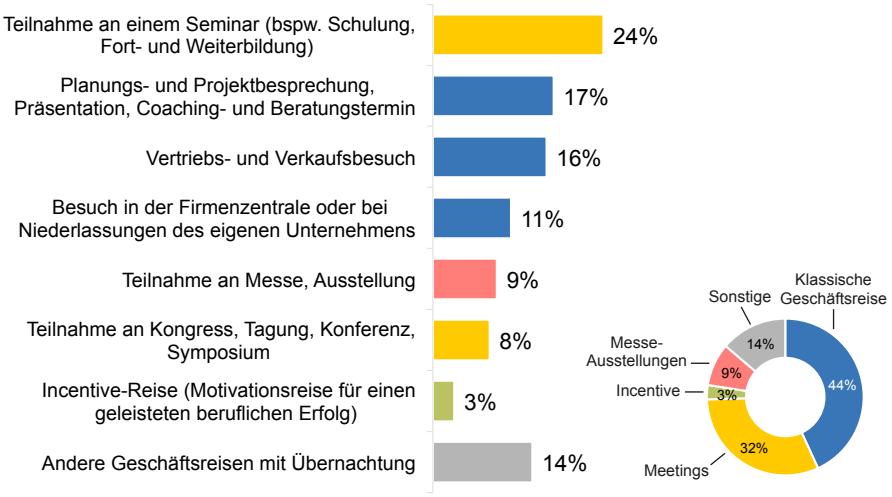
Ausgewählte Ergebnisse der RA Business 2020 werden auf den folgenden Seiten kostenfrei dargestellt.

Struktur der Geschäftsreisen

Größter Anteil: Besuche von Seminaren o. Ä. mit 24 %.

Für 24 % der Übernachtungsgeschäftsreisen sind Seminare/Schulungen bzw. Fort- und Weiterbildung der Anlass, bei 16 % handelt es sich um Vertrieb/Verkaufsreisen und 17 % werden als Planungs-/Projektbesprechung durchgeführt. Zusammengefasst fallen 44 % der Reisen in das Segment der „klassischen Geschäftsreisen“, 32 % der Reisen können dem Meeting-Markt zugeordnet werden. Gegenüber 2019 gab es leichte Zuwächse bei Seminaren und Planungsbesprechungen sowie etwas weniger Messe-Reisen.

Klassische Geschäftsreisen summieren sich auf 43 %.



Meeting-Markt macht knapp ein Drittel aus.

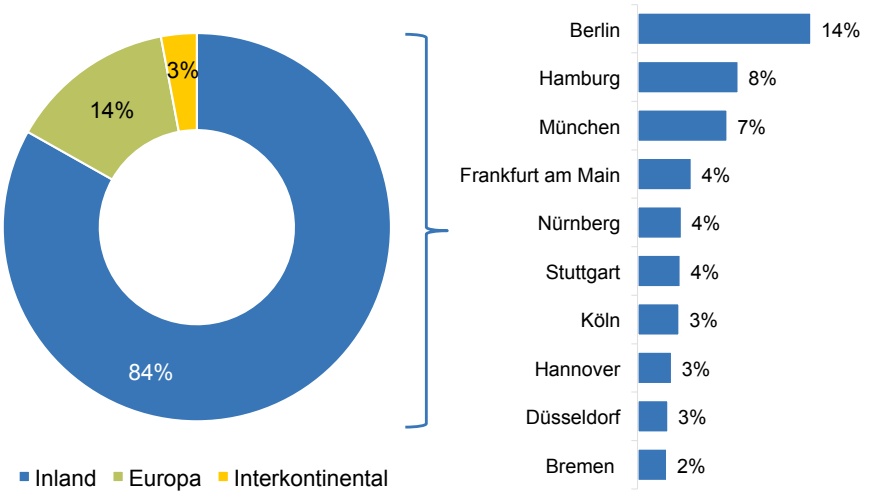
Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat,
Übernachtungsgeschäftsreisen, n = 6.927, rundungsbedingt mehr als 100%

Reiseziele von Übernachtungsgeschäftsreisen

Deutschland dominiert als Reiseziel.

84 % der Übernachtungsgeschäftsreisen führen ins Inland. 14 % der Reisen gehen ins europäische Ausland und 3 % führen zu interkontinentalen Zielen. Damit dominiert das Inland noch deutlicher als im Vorjahr. Bei den innerdeutschen Reisezielen handelt es sich im Wesentlichen um geschäftlichen Städtetourismus: 85 % aller innerdeutschen Geschäftsreisen haben eine Stadt mit mehr als 100.000 Einwohnern zum Ziel. Die Metropolen Berlin, München und Hamburg führen dabei das Ranking der Großstädte an.

Geschäftsreisen als städtetouristisches Phänomen.



Berlin, Hamburg und München als Spitzenreiter innerhalb Deutschlands.

Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat; Grafik links: alle Übernachtungsgeschäftsreisen, n = 6.927;
Grafik rechts: Inlandsübernachtungsgeschäftsreisen, n = 5.790

Buchungswege der Unterkunft bei Geschäftsreisen

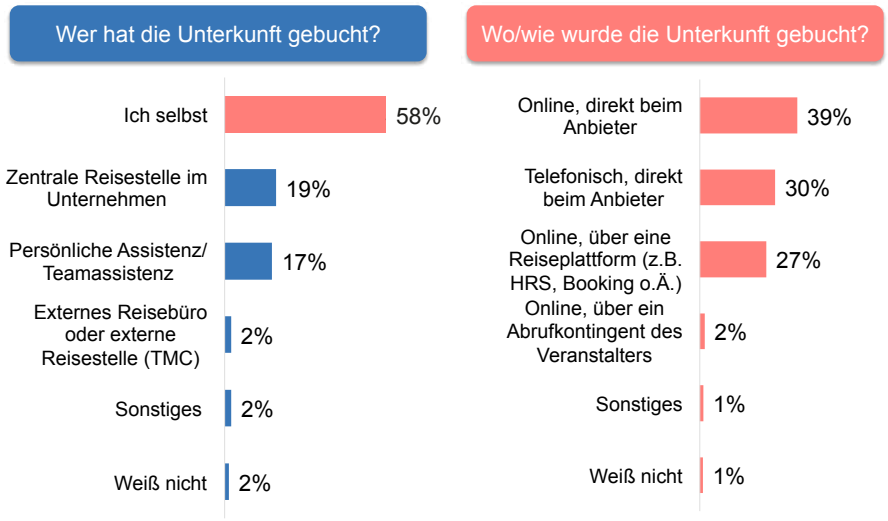
Bei 58 % der Übernachtungsgeschäftsreisen wird die Unterkunft vom Reisenden selbst gebucht.

Bei 39 % der selbstgebuchten Reisen wird online, direkt beim Anbieter und bei 27 % online über ein Reiseportal gebucht.

Immer noch hohe Bedeutung haben telefonischen Buchungen (30 % der selbstgebuchten Reisen).

Booking.com (44 % der selbstgebuchten Reisen über Onlineportale) und HRS (30 %) als meistgenutzte Onlineportale.

Bei über der Hälfte der Übernachtungsgeschäftsreisen (58 %) buchen die Geschäftsreisenden die Unterkunft selbst, bei 19 % der Geschäftsreisen wird dies hingegen von einer zentralen Reisestelle im Unternehmen übernommen. Wenn die Unterkunft selbst gebucht wird, wird zumeist direkt beim Anbieter online gebucht, aber auch telefonische Direktbuchungen und Onlineportale spielen eine wichtige Rolle.



Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat,
Grafik links: alle Übernachtungsgeschäftsreisen mit kostenpflichtiger Unterkunft, n = 6.568 Grafik rechts: alle Übernachtungsgeschäftsreisen mit selbstgebuchter, kostenpflichtiger Unterkunft, n = 3.824

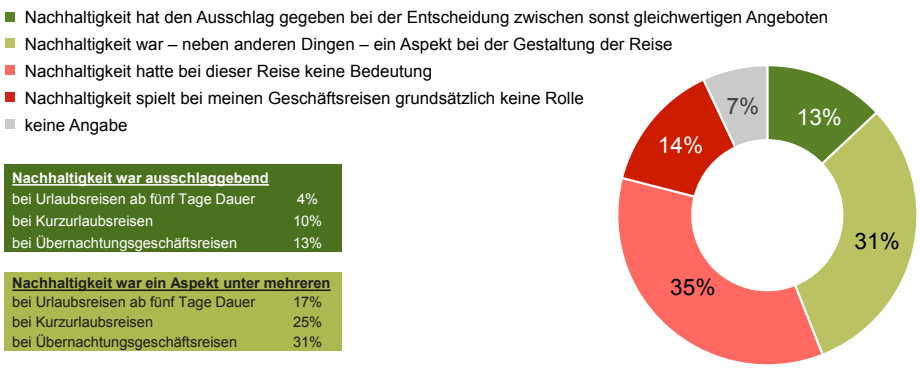
Nachhaltigkeit bei Übernachtungsgeschäftsreisen

Nachhaltigkeit hat eine relativ hohe und weiter zunehmende Bedeutung.

Bei 14 % der Übernachtungsgeschäftsreisen wurde CO_2 kompensiert, bei 62 % wurde die Kompensation dann vom Reisenden selbst bezahlt.

Bei 18 % der Reisen wurde auf Nachhaltigkeitslabels geachtet.

Bei 31 % der Übernachtungsgeschäftsreisen war die Nachhaltigkeit ein relevanter Aspekt für die Gestaltung der Reise (neben anderen Dingen). Bei weiteren 13 % gab die Nachhaltigkeit sogar den Ausschlag zwischen sonst gleichwertigen Angeboten. Die Bedeutung der Nachhaltigkeit bei Übernachtungsgeschäftsreisen ist im Vergleich zu den Urlaubs- und Kurzurlaubsreisen relativ hoch. Im Vergleich mit dem Vorjahr wird deutlich, dass die Bedeutung von Nachhaltigkeitsaspekten bei der Gestaltung geschäftlicher Reisen weiter zunimmt (Nachhaltigkeit ausschlaggebend: von 12 % auf 13 %; Nachhaltigkeit ein Aspekt unter mehreren: von 25 % auf 31 %).



Nachhaltigkeit war ausschlaggebend	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	4%
bei Kurzurlaubsreisen	10%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	13%

Nachhaltigkeit war ein Aspekt unter mehreren	
bei Urlaubsreisen ab fünf Tage Dauer	17%
bei Kurzurlaubsreisen	25%
bei Übernachtungsgeschäftsreisen	31%

Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat, Übernachtungsgeschäftsreisen, n = 6.927, Frage: Wenn Sie einmal an diese Geschäftsreise zurückdenken: Welche der folgenden Aussagen zur Nachhaltigkeit, also wie umweltfreundlich oder sozialverträglich die Reise war, trifft zu? Ergebnisse zu Urlaubsreisen und Kurzurlaubsreisen aus der Reiseanalyse 2020.

Geschäftsreisen und Covid-19

50 % der Geschäftsreisenden waren bzw. sind persönlich von Covid-19 betroffen.

Die Hälfte der Übernachtungsgeschäftsreisenden waren im Juni 2020 nach eigener Aussage direkt von der Coronakrise betroffen, darunter in erster Linie Menschen, die durch Arbeitsausfall finanziell betroffen sind, KurzarbeiterInnen und Angehörige von Risikogruppen. Dies bedeutet allerdings nicht zwangsläufig, dass sie auch in ihrem Geschäftsreiseverhalten betroffen waren.

41 % der Geschäftsreisenden gehen von weniger Geschäftsreisen in Zukunft aus.

Die Hälfte der Geschäftsreisenden konnte keine der von ihnen für den Zeitraum März bis Mai 2020 geplanten Reisen durchführen. Immerhin knapp jeder vierte Geschäftsreisende konnte alle seine geplanten Reisen mit Übernachtung trotz Krise durchführen. Bei den Geschäftsreisenden, die coronabedingt weniger gereist sind oder ihre Reisen absagen mussten, fand in den meisten Fällen ein Ersatz dieser Reisen durch Video- und Telefonkonferenzen statt.

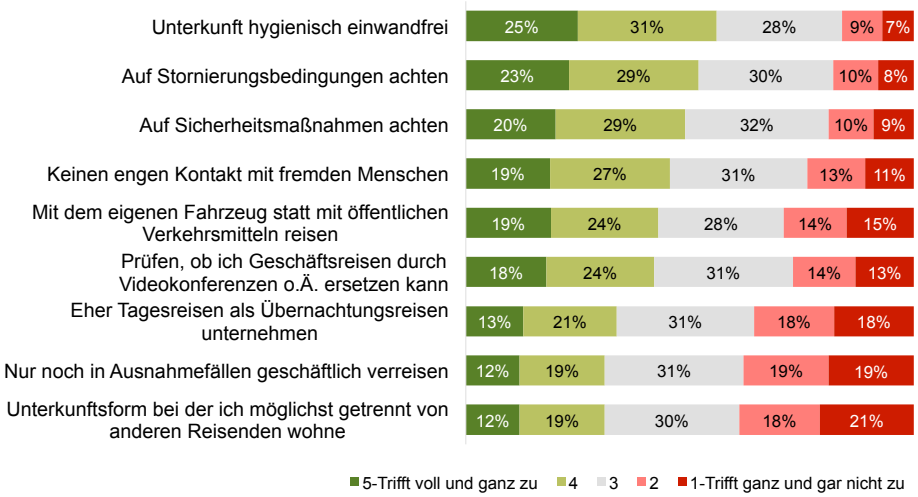
Im Juni 2020 gingen etwa die Hälfte der deutschen Geschäftsreisenden davon aus, in den kommenden zwölf Monaten gleich viele Geschäftsreisen wie vor der Krise zu unternehmen, 4 von 10 Geschäftsreisenden rechneten mit weniger Geschäftsreisen und jeder zehnte gab an, voraussichtlich sogar mehr Geschäftsreisen zu tätigen.

Die Notwendigkeit der Geschäftsreise wird genauer geprüft.

Durch die Coronakrise ist vielen Geschäftsreisenden klargeworden, dass auch mal auf eine Geschäftsreise verzichtet werden kann (48 %) und sich diese dann gut durch digitale Lösungen ersetzen lässt (41 %). Auf der anderen Seite meinen je ein Drittel der Geschäftsreisenden, dass Geschäftsreisen unverzichtbar für ihren beruflichen Erfolg bzw. wichtig für ihr Wohlbefinden sind. Als mögliche Lösungsansätze, um Geschäftsreisen auch in Krisenzeiten zu planen, werden sehr kurzfristige Buchungsmöglichkeiten und das Zurückgreifen auf die Kompetenzen von Travel-Management-Companies angesehen.

Besonders geachtet wird auf Hygiene, Stornobedingungen, Sicherheitsmaßnahmen und Abstand zu fremden Menschen.

Bei der Planung von Geschäftsreisen wird zukünftig besonders darauf geachtet, dass die Unterkunft hygienisch einwandfrei ist. Stornierungsbedingungen und generelle Sicherheitsmaßnahmen sind ebenfalls wichtig. Man versucht, engen Kontakt mit fremden Menschen zu vermeiden und prüft gründlicher als vor der Krise, ob eine Übernachtungsgeschäftsreise tatsächlich nötig ist.

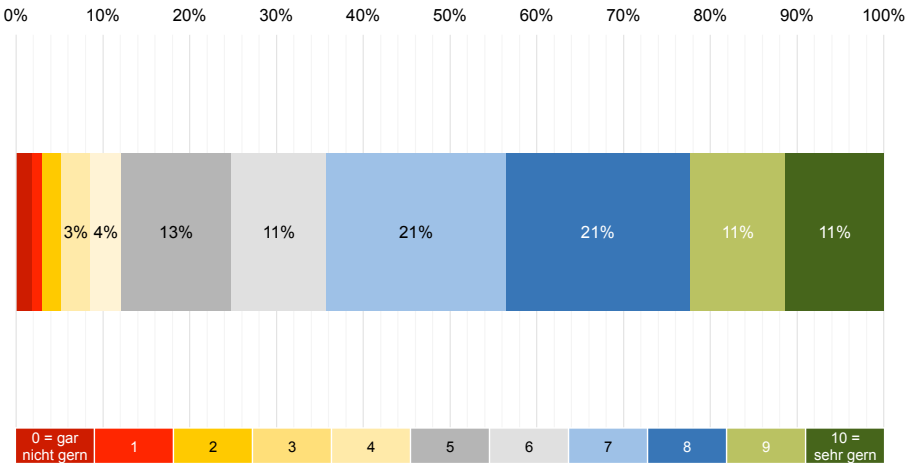


Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat, Übernachtungsgeschäftsreisen, n = 2.012, Frage: Worauf werden Sie vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie in Zukunft bei Geschäftsreisen besonders achten?

Positive Effekte von Geschäftsreisen

Für die meisten Geschäftsreisenden sind Geschäftsreisen etwas Positives.

Die meisten Geschäftsreisenden gehen recht gerne auf Geschäftsreisen. Auf einer Skala von 0 („gar nicht gern“) bis 10 („sehr gern“) liegt der Durchschnittswert bei 6,8 – etwas über dem Niveau des Vorjahres. Während 22 % auf die beiden höchsten Skalenwerte (9 und 10) entfallen, liegt die Summe der vier niedrigsten Skalenwerte knapp über 10 %.

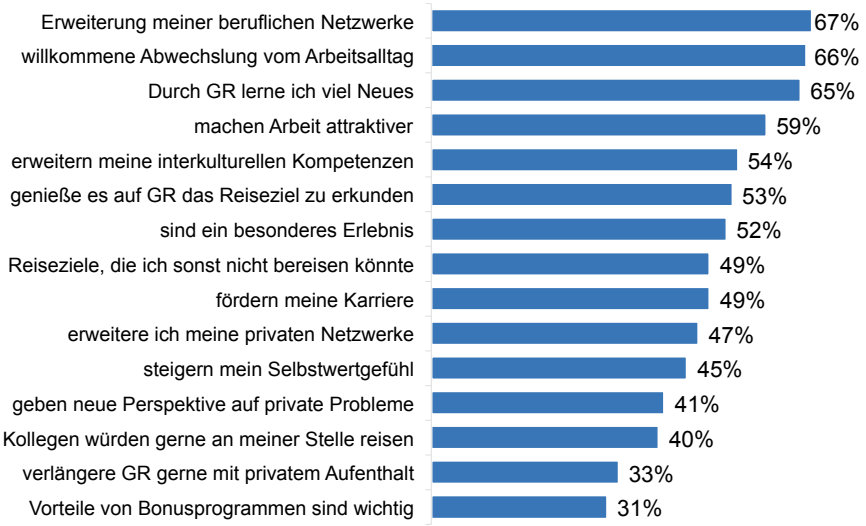


Frage: Wie gerne gehen Sie auf Geschäftsreisen? Abfrage mit einem Schieber von 0 = „gar nicht gern“ bis 10 = „sehr gern“; Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat, Übernachtungsgeschäftsreisende, n = 2.012

Aus Sicht der Reisenden: Geschäftsreisen erweitern das berufliche Netzwerk, sind eine willkommene Abwechslung vom Arbeitsalltag und eine Möglichkeit, Neues zu lernen.

Jeweils ca. zwei Drittel der Geschäftsreisenden geben an, dass Geschäftsreisen die beruflichen Netzwerke erweitern, dass sie eine willkommene Abwechslung vom Arbeitsalltag darstellen und dass durch Geschäftsreisen viel Neues gelernt wird. Weniger wichtig sind die Vorteile von Bonusprogrammen und auch werden Geschäftsreisen eher selten gerne um einen privaten Aufenthalt verlängert. Die Frage nach möglichen positiven Effekten von Geschäftsreisen wurde auf einer 5er-Zustimmungsskala abgefragt. Dargestellt sind die Werte für „stimme zu“ und „stimme voll und ganz zu“.

Private Verlängerungen von Geschäftsreisen und Vorteile von Bonusprogrammen haben aus Sicht der Reisenden eine weniger große Bedeutung.



Frage: Durch Geschäftsreisen ergeben sich vielfältige positive Effekte. Wie ist es bei Ihnen, wenn Sie geschäftlich unterwegs sind? Quelle: RA Business 2020, Erhebung Norstat, Übernachtungsgeschäftsreisende, n = 2.012, Hinweis: Verkürzte Darstellung der Itembeschriftung.

Kontakt

Wen kann ich kontaktieren?

Ihre Ansprechpartner im DITF:

Prof. Dr. Bernd Eisenstein (eisenstein@ditf-fhw.de)
Dipl.-Geogr. Julian Reif (reif@ditf-fhw.de)

Ihre Ansprechpartner im NIT:

Dipl.-Geogr. Ulf Sonntag (ulf.sonntag@nit-kiel.de)
Prof. Dr. Dirk Schmücker (dirk.schmuecker@nit-kiel.de)

Sie wollen mehr über Geschäftsreisen erfahren?

Deutschland zählt weltweit zu den gefragtesten Reisezielen für beruflich veranlasste Reisen. Trotz neuer Kommunikationsformate tragen Geschäftsreisen nach wie vor zu einem bedeutenden Anteil zur deutschen Tourismuswirtschaft bei. Fünf Tourismusexperten geben auf Basis aktueller Daten Einblick in dieses wichtige Segment im Deutschlandtourismus. Das Buch zeigt die Nachfragestrukturen im Geschäftsreisemarkt auf und beleuchtet die Zielgruppe der Geschäftsreisenden im Hinblick auf ihre Bedürfnisse und Ansprüche an unterschiedliche Reisearten sowie ihre Motivation, Geschäftsreisen mit Privatreisen zu kombinieren. Darüber hinaus stehen die ökonomischen, sozialen und ökologischen Effekte des Geschäftstourismus sowie die Auswirkungen der Digitalisierung auf dieses touristische Segment im Fokus. Das Buch richtet sich an Fach- und Führungskräfte im Stadt- und Tourismusmarketing, an Marketingverantwortliche in der Hotellerie und im Messe- und Kongresswesen. Auch für Studierende des Tourismus und Mitarbeiter im Geschäftsreisemanagement von Unternehmen bietet das Buch umfangreiche Erkenntnisse.

Literaturtipp: Eisenstein, B., Reif, J., Schmücker, D., Krüger, M. & Weis, R. (2019): **Geschäftsreisen. Merkmale, Anlässe, Effekte.** München/Tübingen.

Impressum

Herausgeber:
Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V. (FUR) in Kooperation mit dem Deutschen Institut für Tourismusforschung der FH Westküste (DITF) und dem Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa GmbH (NIT)

Autoren:
Ulf Sonntag, Julian Reif, Dirk Schmücker, Bernd Eisenstein

media4motion