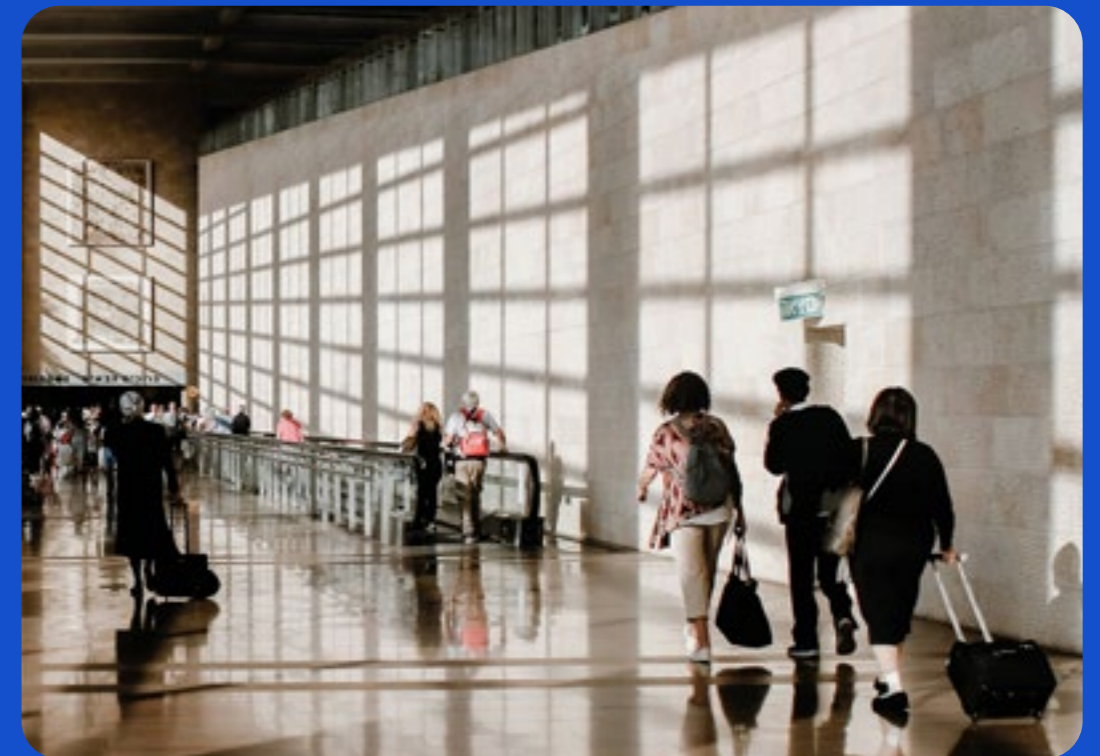


# Bericht zum Nutzen von Geschäftsreisen

So profitieren Unternehmen von Geschäftsreisen



# Der Bericht von TravelPerk verrät Ihnen, warum Geschäftsreisen wichtig sind.



# Inhalt

10  
→

## Geschäftsreiseverhalten im Wandel

- > **Neue Budgetgrenzen**
- > **Makroökonomisches Klima und Nachhaltigkeitsziele beeinflussen das Reisebudget**

20  
→

## Investitionen in Geschäftsreisen lohnen sich

- > **ROI: die finanziellen Vorteile**
- > **ROI: die Vorteile für die Mitarbeiter:innen**
- > **Dienstreisen und berufliche Weiterentwicklung**
- > **Dienstreisen und persönliche Weiterentwicklung**
- > **Geschäftsreisen: Der entscheidende Faktor für die Generation Z?**

46  
→

## Ein Fundament für Geschäftsreisen der Zukunft schaffen

- > **KI und ihre Auswirkungen auf persönliche Beziehungen**
- > **Doch wie mit den wirtschaftlichen Faktoren umgehen?**

61  
→

## Methodik



# Die Befragten

TravelPerk wollte herausfinden, welchen Nutzen Geschäftsreisen für Unternehmen und deren Mitarbeiter:innen haben. Deshalb wurden Geschäftsreiseverantwortliche von 2.000 Unternehmen, die nicht zum TravelPerk-Kundenstamm zählen, befragt, darunter 540 Mitglieder der oberen Führungsebene. Zur Zielgruppe der Umfrage zählten darüber hinaus auch 4.600 Geschäftsreisende sowie 625 Travel Manager:innen und Administrator:innen, die die TravelPerk-Plattform nutzen. Die Umfrage unter diesen drei Teilnehmergruppen wurde in den Ländern USA, Großbritannien, Spanien und Deutschland durchgeführt.

## 2.000

Unternehmen

## 540

Mitglieder  
der oberen  
Führungs-  
ebene

## 4.600

Geschäftsreisende

## 625

Travel  
Manager:-  
innen



# Eine aufregende Zeit für Geschäftsreisen

Ein Kommentar von Avi Meir,  
CEO und Co-Founder von TravelPerk

TravelPerk wurde in dem festen Glauben gegründet, dass alles Wichtige im persönlichen Miteinander stattfindet. Was die Wirtschaftslage betrifft, gestalteten sich die vergangenen Jahre allerdings schwierig. Inflation, Rezession, Entlassungen und Kürzungen – das wirtschaftliche Klima ist rau geworden.

Demzufolge wäre es nicht erstaunlich, würden Unternehmen ihre Budgets radikal kürzen, doch dies ist nicht der Fall. 62 Prozent der CEOs, die an unserer Umfrage teilnahmen, gehen für dieses Jahr von höheren Reisebudgets aus. Zu den Gründen zählen Expansionspläne in neue Märkte und Neueinstellungen.

“ Im Gespräch mit Führungskräften und Entscheidungsträger:innen von 2.000 Unternehmen erkannten wir einen roten Faden: Investitionen in Reisen, um Kunden und andere Teams zu besuchen sowie entscheidende Arbeiten vor Ort zu erledigen, haben einen sehr positiven Effekt auf die Umsatzstärke und Rentabilität von Unternehmen.”

Zwar führen Geschäftsleitungen ein Drittel des gesamten Umsatzwachstums 2023 auf Reiseinvestitionen zurück, doch der ROI jeder Reise bleibt weiterhin zu beweisen.

Deshalb ist dieser ROI der Gegenstand unseres ersten Berichts zum Nutzen von Geschäftsreisen. Wir fanden heraus, dass die soziale Komponente von Geschäftsreisen einen echten Mehrwert für Unternehmen und ihre Mitarbeiter:innen hat – keineswegs nur einen finanziellen.

Geschäftsreisende berichteten davon, produktiver zu sein und länger in ihren Jobs bleiben zu wollen – mit einer sinkenden Abwanderungsrate als direkte Folge. In vielen Unternehmen stellt Wachstum die Firmenkultur

vor Herausforderungen. Ich bin der Ansicht, dass die Kultur das „Betriebssystem“ eines Unternehmens ist und durch den regen Austausch der einzelnen Mitarbeiter:innen und Teams am Laufen gehalten wird. Wir sind nicht dafür gemacht, ausschließlich online zu interagieren, und tatsächlich steigen die Investitionen in Geschäftsreisen für soziale Treffen, wie Offsites und Betriebsausflüge. Dies zeigt sich vor allem in Unternehmen mit Remote- und Hybrid-Arbeitsmodellen.

Auch vor der Geschäftsreisebranche macht die Zukunft nicht Halt und so bringt künstliche Intelligenz (KI) erhebliche Verbesserungen hervor. KI-Tools können die Art und Weise, wie man Geschäfte macht, verändern, entscheidend ist jedoch, wie man ihre Fähigkeiten einsetzt. Wir bei TravelPerk haben uns dazu entschieden, den Menschen bei der KI-Implementierung in den Vordergrund zu stellen. Automatisierte Backend-Aufgaben erlauben es unseren Mitarbeiter:innen, sich stärker auf Kollegen und Kolleginnen, Kunden und Partner zu konzentrieren. Wir haben die einmalige Chance, unserer technologisierten Welt positiv zu gestalten – und ich bin nicht die einzige Führungskraft, die so denkt.

# Geschäfts- reiseverhalten im Wandel



# Neue Budgetgrenzen



Das aktuelle wirtschaftliche Umfeld mit hoher Inflation und Entlassungswellen ist für viele Unternehmen nicht gerade ideal. Dennoch könnte 2024 zum Erfolgsjahr für die Branche werden, denn Schätzungen zufolge dürften die Ausgaben für Geschäftsreisen bis zum Ende des Jahres das Vor-Pandemie-Niveau sprengen<sup>1</sup>. Für viele Unternehmen sind Geschäftsreisen eine unverzichtbare Investition und Geschäftsleitern ist es besonders wichtig, den Return on Investment (ROI) zu verbessern, um das Maximum aus jeder Reise herauszuholen.

Die Entscheidungsträger:innen der 2.000 befragten Unternehmen gaben an, dass die Reisekosten pro reisendem Mitarbeitenden im letzten Jahr im Durchschnitt bei 2.904 US-Dollar lagen, einschließlich der vor Ort angefallenen Reisekosten wie Verpflegungsmehraufwand und Transportmittel.

## CEOs rechnen mit einer Erhöhung des Reisebudgets

Von den 2.000 befragten Unternehmen geht beinahe die Hälfte (49 %) der für Geschäftsreisen verantwortlichen Entscheidungsträger:innen davon aus, dass sich ihr Reisebudget im Laufe des Jahres und bis Anfang 2025 erhöhen wird, und zwar im Schnitt um 20 %. Diese Ansicht teilen vor allem die CEOs der befragten Unternehmen.

# 62 %

der CEOs rechnen für 2024 mit einem höheren Reisebudget im Vergleich zum Vorjahr.

Die wichtigsten drei Branchen, die höhere Investitionen in Geschäftsreisen planen, sind:

# 60 %

Reise- und  
Tourismusbranche

# 57 %

Tech-Industrie

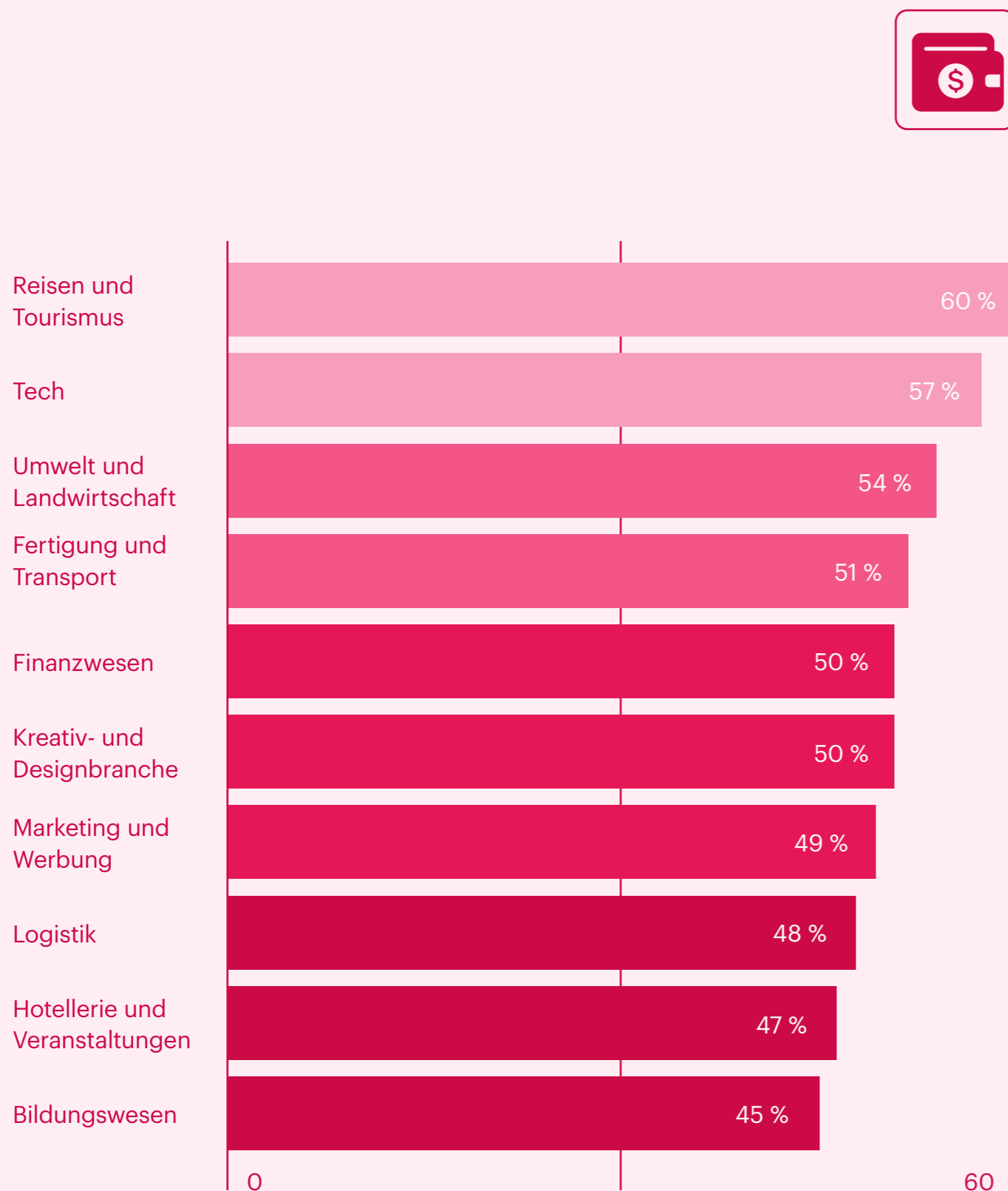
# 54 %

Umwelt und  
Landwirtschaft

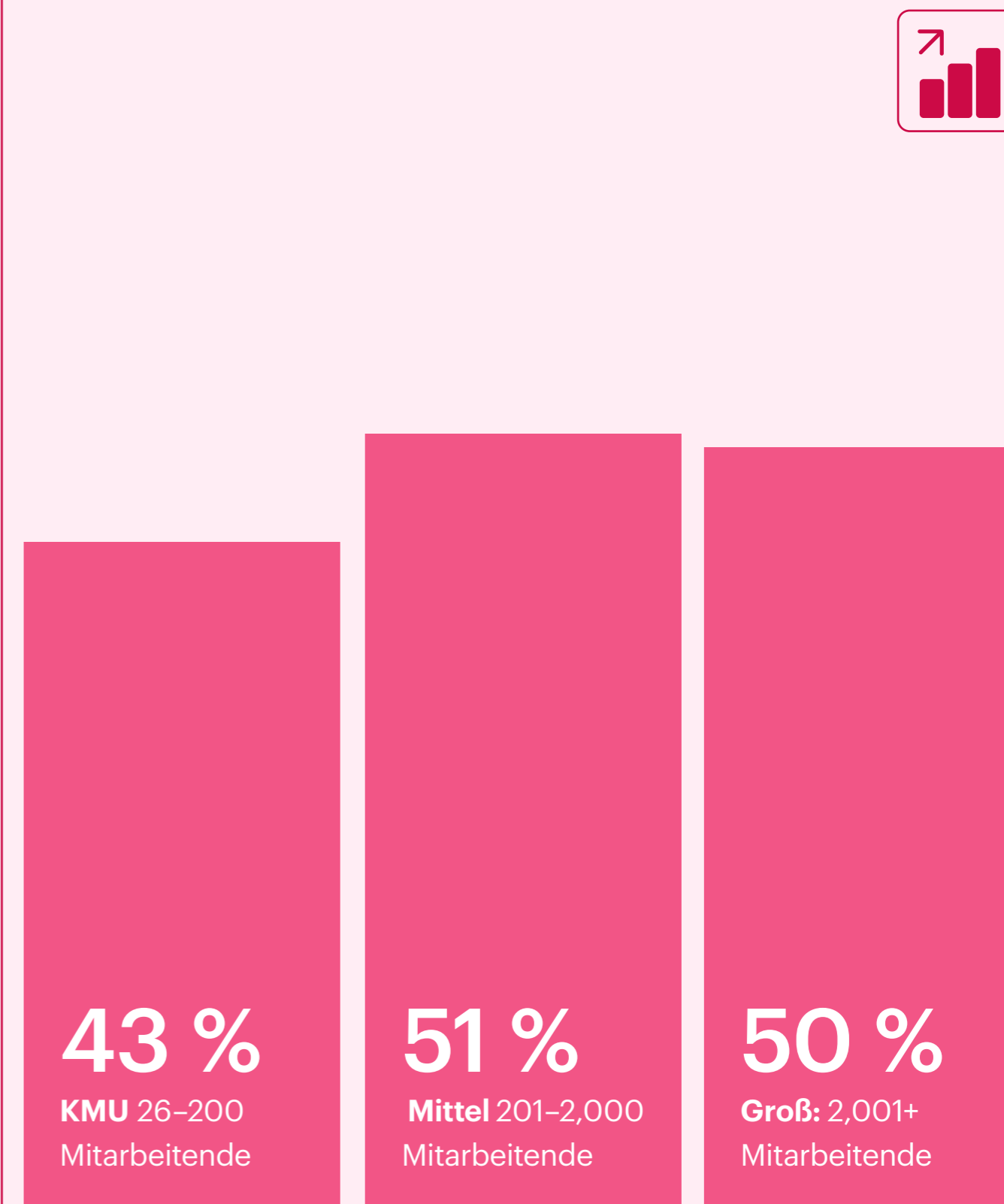
Am ehesten wollen mittlere (>200 Mitarbeitende) und große Unternehmen (>2.000 Mitarbeitende) in diesem Jahr ihre **Investitionen in Geschäftsreisen steigern**.



### Top 10 der Branchen, in denen Reiseausgaben steigen:



### Prozentualer Anteil der Unternehmen, die ihre Investitionen in Geschäftsreisen 2024 steigern wollen nach Unternehmensgröße:



## Wichtigster Faktor für Reisebudgets: Expansion in neue Märkte

In diesem Jahr streben viele Unternehmen weiteres Wachstum an und dieses Ziel lässt sich mit Geschäftsreisen leichter verwirklichen, denn sie ermöglichen den persönlichen Kontakt, der vertrauensvolle Geschäftsbeziehungen fördert. **91 % aller für Geschäftsreisen Verantwortlichen gaben an, dass sie ohne persönliche Besprechungen Kunden verlieren würden.** Sie können auch zum Erhalt bestehender Geschäftsbeziehungen beitragen.

Den Entscheidungsträger:innen zufolge planen die Unternehmen, im kommenden Jahr den Großteil ihres jährlichen Reisekostenbudgets für folgende Hauptinvestitionsbereiche auszugeben:

# 37 %

Vertrieb, Akquise  
und Konferenzen

# 26 %

Interne  
Unternehmens-  
besprechungen

# 18 %

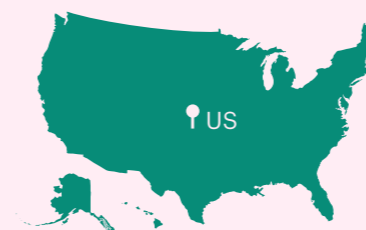
Soziale Unternehmens-  
veranstaltungen wie  
Offsite-Meetings

Doch warum erhöhen manche Unternehmen ihre Budgets? Als Hauptgrund wurde die Expansion in neue Märkte (47 %) genannt, dicht gefolgt von der verstärkten Teilnahme an Konferenzen und Veranstaltungen (45 %) sowie der Einstellung neuer Mitarbeiter:innen (39 %).

Doch wie es aussieht, werden die Reisebudgets in den einzelnen Ländern nicht in gleichem Maße steigen.

In den USA planen 61 % der Unternehmen, ihre Budgets zu erhöhen, in Europa jedoch lediglich 44 %. Unter den deutschen Unternehmen wollen mit 39 % die wenigsten ihr Reisebudget anheben. Mit schätzungsweise 329 Milliarden US-Dollar an Ausgaben für Geschäftsreisen im Jahr 2023 (laut Global Business Travel Association<sup>2</sup>) wird für die USA weiterhin ein hohes Wachstum prognostiziert. Ein entscheidender Treiber dafür könnte sein, dass etwas mehr US-Mitarbeiter:innen regelmäßig auf Dienstreise gehen (33 %) als in europäischen Unternehmen (29 %). Auch liegt der Fokus in den USA verstärkt auf der Geschäftsentwicklung (46 %), im Vergleich zu den europäischen Unternehmen mit nur 37 %:

- > 61 % der US-Unternehmen erhöhen ihre Budgets
- > 48 % der spanischen Unternehmen erhöhen ihre Budgets
- > 46 % der britischen Unternehmen erhöhen ihre Budgets
- > 39 % der deutschen Unternehmen erhöhen ihre Budgets



# 61 %

der US-Unternehmen erhöhen  
ihre Geschäftsreisebudgets



# 44 %

der europäischen Unternehmen  
erhöhen ihre Geschäftsreisebudgets

## Makroökonomisches Klima und Nachhaltigkeitsziele beeinflussen das Reisebudget

Während einige Unternehmen ihre Investitionen erhöhen wollen, werden die Investitionsentscheidungen anderer Unternehmen durch makroökonomische Faktoren beeinflusst. Beinahe ein Drittel der befragten Unternehmen werden ihre Geschäftsreiseausgaben voraussichtlich senken. Vorrangige Gründe hierfür sind:

### 35 %

wahrgenommener Anstieg der Reisepreise

### 32 %

wirtschaftliche Klima, zum Beispiel die Inflation

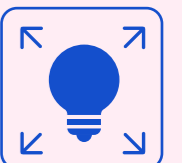
### 30 %

Kostensenkungsmaßnahmen

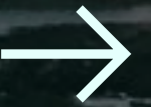
Ein weiterer Grund für die Kürzung des Budgets für Geschäftsreisen sind Umweltschutz und Nachhaltigkeit (27 %). Aktuellen Studien<sup>3</sup> zufolge gehen mehr als 80 % der Einkäufer:innen von Geschäftsreisen davon aus, dass sich die Ausgaben in diesem Bereich aufgrund von Nachhaltigkeitsinitiativen reduzieren werden. Spezielle Angebote wie der Emissionsausgleich werden dabei für Unternehmen besonders interessant. Das entspricht den 16 % der Geschäftsreisenden, die ihre Reisen anhand der niedrigsten Kohlenstoffemissionswerte auswählen möchten. Positiv lässt sich anmerken, dass sich ein allgemeiner Trend zu nachhaltigeren Reisearten



abzeichnet. Zugverbindungen werden gegenüber Flügen immer beliebter. Zwar ist das Flugzeug noch immer das beliebteste Transportmittel für Geschäftsreisen, doch der Anteil der gebuchten Bahnverbindungen gegenüber Flügen auf der TravelPerk-Plattform ist von 17 % im Jahr 2019 auf 33 % im Jahr 2023 angestiegen. 2023 lag der Anteil der Flüge bei 67 %.



# Investitionen in Geschäfts- reisen lohnen sich



Die Unternehmen, die Geschäftsreisen als Notwendigkeit betrachten, stehen vor der Herausforderung, sich die Vorteile von Geschäftsreisen unter den erschwerten wirtschaftlichen Bedingungen und angesichts von Budgetkürzungen zunutze zu machen. Um herauszufinden, wie dies gelingen kann, haben wir den ROI im Detail analysiert. Geschäftsreisen rentieren sich spürbar für Unternehmen jeder Größe und haben eine positive Wirkung auf die Mitarbeiter:innen.

# ROI: die finanziellen Vorteile

Der Großteil der Entscheidungsträger:innen bei Geschäftsreisen gab an, dass eine Erhöhung des Reisebudgets zur Steigerung des Unternehmensumsatzes (64 %) und der Rentabilität (59 %) führt. Ein entscheidender Umsatzmotor sind Geschäftsabschlüsse, die im Rahmen von persönlichen Besprechungen erzielt wurden, unabhängig davon, ob es sich um die Neukundenakquise oder die Pflege bestehender Geschäftsbeziehungen handelt.

## Aufbau neuer Geschäftsbeziehungen

Der Aufbau von Kundenbeziehungen ist einer der Hauptgründe, warum Unternehmen in Geschäftsreisen investieren. Unsere Analyse ergab, dass 37 % der Reisekosten für Vertriebsaktivitäten und die Geschäftsentwicklung ausgegeben wurden. Dabei haben Interaktionen von Angesicht zu Angesicht eine ganz entscheidende Wirkung. Laut den befragten

Mitarbeiter:innen, die aus Vertriebsgründen auf Dienstreise gehen, würden 30 % ihres Umsatzes ohne persönliche Besprechungen mit Kunden und Interessenten verloren gehen.

## 34 %

Mitglieder der Vorstandsebene schreiben ein Drittel des gesamten Umsatzwachstums ihres Unternehmens 2023 dem persönlichen Vor-Ort-Besuch beim Kunden zu.

Die Studie ergab, dass **jeder Dollar, den KMU in die Geschäftsreisen ihrer Mitarbeiter:innen investieren, inkrementelle Einnahmen von 12 Dollar einbringt<sup>4</sup>**, primär durch Neukundenakquise.

*Bei der Berechnung des ROI von Geschäftsreisen werden die durchschnittlichen jährlichen Reiseausgaben ins Verhältnis zu den durchschnittlichen Unternehmenseinnahmen der Umfrageteilnehmer und weiteren externen Daten gesetzt. Dabei wurde angenommen, dass der durchschnittliche Umsatz aus der Neukundenakquise 20 % ausmacht<sup>5</sup>.*

## 76 % CEOs 69 % CFOs

gaben an, dass sich eine Erhöhung des Reisebudgets positiv auf den Unternehmensumsatz auswirken würde.

## Pflege bestehender Kundenbeziehungen

Auch die Geschäftsreisenden selbst finden, dass sich persönliche Kundentreffen entscheidend auf den Unternehmensumsatz auswirken.

insgesamt,

# 67%

der Geschäftsreisenden waren sich einig, dass ihren Unternehmen ohne persönliche Besprechungen Umsätze entgehen würden

und 95 % der Mitglieder der Vorstandsebene gaben an, dass sie ohne persönliche Meetings Kunden verlieren würden. Den Unternehmen zufolge würde dieser Verlust im Durchschnitt schätzungsweise 27 % ihres Kundenstamms entsprechen.

Für Unternehmen, denen die Reiseausgaben Kopfzerbrechen bereiten, zeigen diese positiven Effekte, dass in Geschäftsreisen das Potenzial zur weiteren Steigerung der geschäftlichen Performance schlummert – wenn die Reisekosten **richtig investiert werden**.



# 95% C-suite

der Mitglieder der Vorstandsebene gaben an, dass sie ohne persönliche Besprechungen Kunden verlieren würden.

# ROI: die Vorteile für die Mitarbeiter:innen

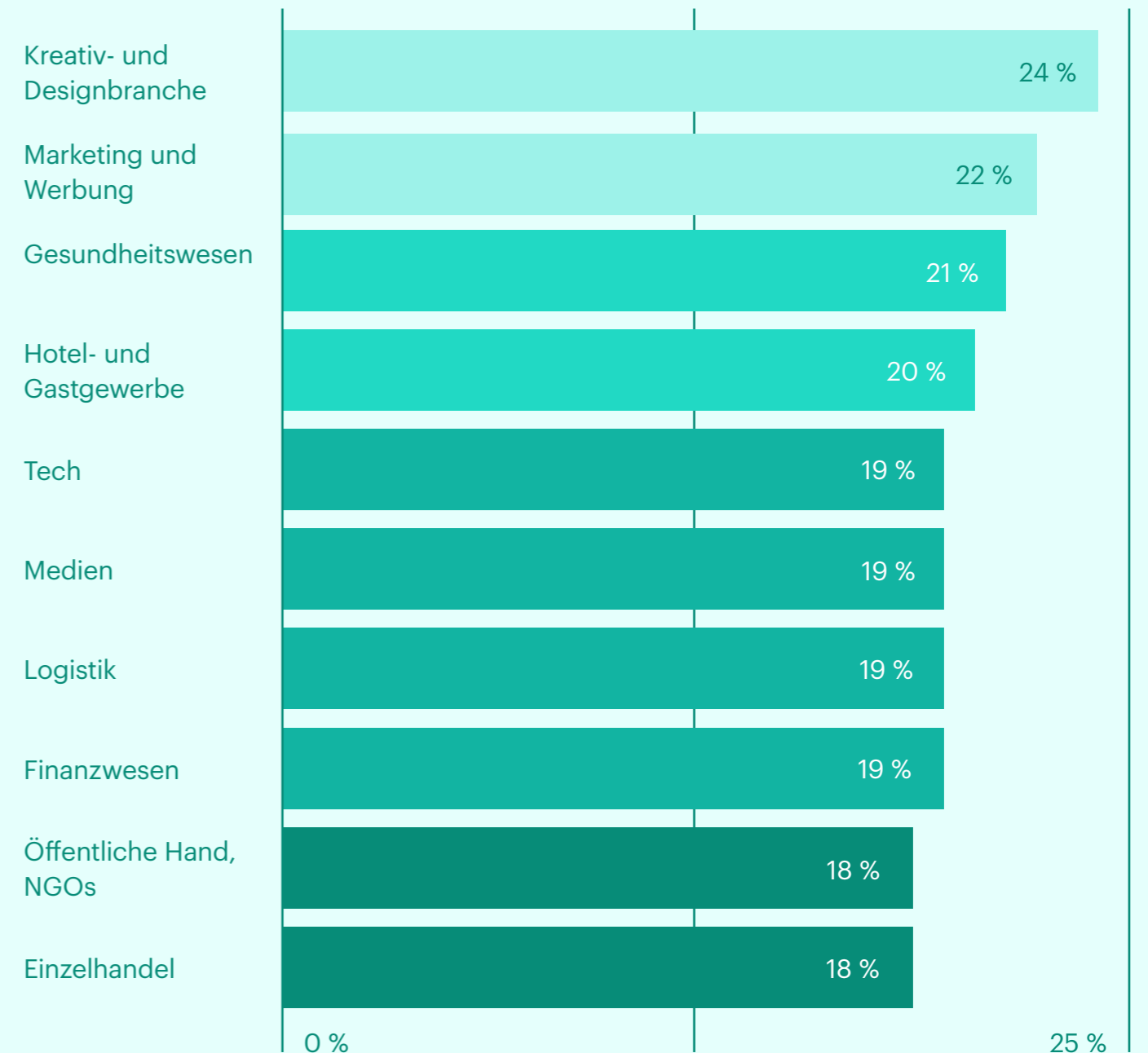
## Persönliche Kontakte und Aufbau von Beziehungen

Richtig eingesetzt, geht der Nutzen der Investition in Geschäftsreisen weit über Kosteneinsparungen und Umsatzsteigerungen hinaus. Der soziale Aspekt von Geschäftsreisen ist auch nicht zu vernachlässigen. Die Daten zeigen, dass Geschäftsreisen die Motivation ankurbeln, ein attraktives Plus bei Neuanwerbungen und ein Bindeglied für alle Mitarbeiter:innen sind, die in einem hybriden oder Remote-Arbeitsmodell tätig oder geografisch verteilt sind.

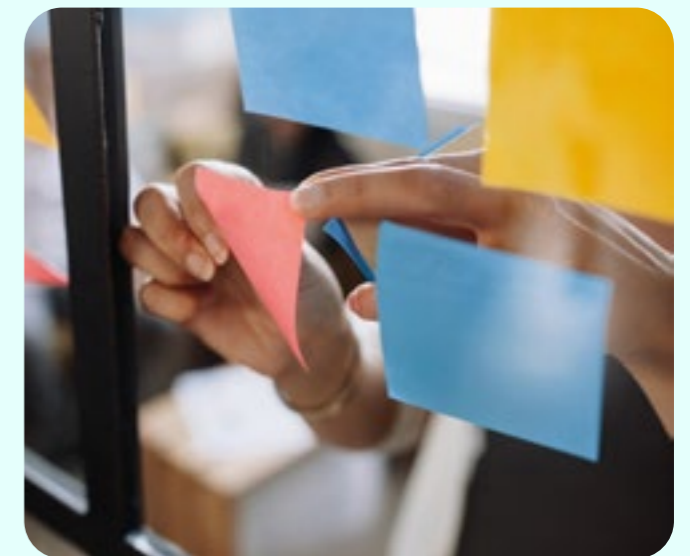
Laut den befragten Geschäftsreisenden gehen Mitarbeiter:innen im Durchschnitt etwa sechsmal pro Jahr auf Dienstreise, mit mindestens einer Übernachtung. Das Ziel von etwa drei dieser Reisen sind soziale Firmenevents wie Offsites und lockere Zusammenkünfte.

Am stärksten in soziale Veranstaltungen für Mitarbeiter:innen investieren (gemessen am jährlichen Gesamtreisebudget) wollen die Kreativ- und Designbranche (24 %), die Marketing- und Werbebranche (22 %) und das Gesundheitswesen (21 %).

## Top 10 der Branchen, die in soziale Firmenevents investieren – prozentualer Anteil des voraussichtlichen Reisebudgets 2024



Doch die persönliche Interaktion bei sozialen Events und Kundenbesprechungen ist nicht der einzige Grund für Geschäftsreisen. In manchen Branchen gehören Arbeitstätigkeiten vor Ort einfach dazu. Deshalb ist der durchschnittliche Anteil an Mitarbeiter:innen, die pro Jahr mindestens elf Dienstreisen unternehmen, in Branchen wie der Logistik, dem Gesundheitswesen, der Fertigung sowie dem Infrastruktur- und Transportwesen höher als in anderen Branchen. Im Gegensatz dazu verzeichnen Branchen, die weniger physische Tätigkeiten umfassen, wie das Rechtswesen und die Medienbranche, geringere Reiseaktivitäten.





# Dienstreisen und berufliche Weiterentwicklung

## Geschäftsreisen als wichtiger Anreiz, um Mitarbeiter:innen anzuziehen und zu halten

Zwar sind Geschäftsreisen für manche Unternehmen nur Mittel zum Zweck, doch bieten sie Mitarbeiter:innen auch die Gelegenheit, neue Orte kennenzulernen, berufliche Beziehungen zu stärken und sich weiterzuentwickeln. Dienstreisen sind deshalb ein wichtiger Anreiz, um die besten Köpfe anzuziehen und zu halten.

**75 % der befragten Personalentscheider:innen gaben an, dass eine Stellenbeschreibung durch die Angabe von Dienstreisemöglichkeiten attraktiver wirkt.** Geschäftsreisen können nicht nur dabei helfen, neue Talente anzuziehen, sondern sie auch stärker an das Unternehmen binden: 63 % der Geschäftsreisenden gaben an, dass sie aufgrund der Dienstreisemöglichkeit eher in ihrem aktuellen Job bleiben würden. Unter der Generation Z finden sogar 76 %, dass sich die Möglichkeit, auf Geschäftsreise zu gehen, auf ihre Entscheidung auswirkt, bei einem Arbeitgeber zu bleiben.

## Geschäftsreisen für Gemeinschaftszwecke steigern die Mitarbeitermotivation und -bindung

Die wesentlichen Vorteile von Dienstreisen für den Beruf, aus Sicht der Mitarbeiter:innen:

Stärkere Interaktion mit Kolleg:innen

Wissens- und Erfahrungszuwachs

Mehr Gelegenheiten, Partner und Kunden zu treffen

Bessere Wahrnehmung innerhalb des Unternehmens

Stärkere Interaktion mit Führungsebene

Die Studienergebnisse zeigen, dass vielen Unternehmen, selbst in einer zunehmend hybriden und Remote-Arbeitswelt, der persönliche Kontakt ihrer Mitarbeiter:innen wichtig ist. Für Remote- und Hybrid-Teams sind soziale Zusammenkünfte und Offsite-Meetings ein Mittel des Zusammenhalts. Deshalb führen auch viele Unternehmen mehrmals im Jahr Teambuilding-Maßnahmen und andere Events durch.

# 43 %

aller Geschäftsreise-Administrator:innen gab an, dass sich das Reisebudget ihres Unternehmens für Veranstaltungen, die den sozialen Zusammenhalt stärken sollen, im vergangenen Jahr erhöht hat



Ich selbst habe es erlebt, dass Geschäftsreisen und persönliche Besprechungen in einer geografisch verteilten Belegschaft entscheidend dazu beitragen, Beziehungen zueinander aufzubauen und die Motivation zu stärken. Reisen bringen Menschen zusammen, fördern eine einzigartige Kultur und schaffen starke Bindungen. Dies unterstreicht, wie wichtig persönliche Begegnungen als Motor für Innovationen, Wachstum, Verbundenheit und gemeinsame Zielsetzungen sind. Wenn Unternehmen das Reisen nicht nur als geschäftliche Notwendigkeit oder als reinen Kostenfaktor betrachten, sondern als strategische Chance für die Zusammenarbeit und gemeinsame Ausrichtung begreifen, können sie das volle Potenzial eines internationalen Talentpools erschließen und ein echtes „Wir-Gefühl“ erzeugen.“

**Lenke Taylor**

Chief People Officer, [Personio](#)

Da verwundert es nicht, dass lockere Zusammenkünfte bei Unternehmen am beliebtesten sind, deren Mitarbeiter:innen vorrangig remote arbeiten und deshalb keinen täglichen persönlichen Kontakt haben. 85 % der befragten vollständig remote arbeitenden Mitarbeiter:innen haben im vergangenen Jahr an mindestens einem Abend an einem internen Firmentreffen teilgenommen. Bei Mitarbeiter:innen, die ein- bis zweimal pro Woche im Büro arbeiten, lag der Anteil nur noch bei 78 %, bei jenen, die drei- bis viermal pro Woche im Büro sind, bei 68 % und bei allen, die Vollzeit vor Ort arbeiten, bei 69 %.

**Prozentsatz der Arbeitnehmer:innen, die zu gesellschaftlichen Veranstaltungen des Unternehmens reisen, d. h. zu Betriebsausflügen und Zusammenkünften, aufgeschlüsselt nach Arbeitsmodell**

**85 %**

Remote-Arbeit

**78 %**

Hybrid: 1-2 Tage im Büro

**68 %**

Hybrid: 3-4 Tage im Büro

**69 %**

Vor Ort



**94 % C-suite**

der Mitglieder der Führungsebene haben nach Firmenausflügen eine Steigerung der Mitarbeitermotivation beobachtet.

Doch Geschäftsreisen wirken sich auch positiv auf die Produktivität aus. 62 % der Geschäftsreisenden gaben an, dass sie nach einer Geschäftsreise produktiver sind. Das bestätigen auch 59 % der Entscheidungsträger:innen, die ebenfalls einen Anstieg der Produktivität nach Dienstreisen beobachten.

Wenn Mitarbeiter:innen die Gelegenheit haben, sich persönlich auszutauschen, so zeigt es die Studie, steigt ihre Motivation – und damit letztlich auch der Umsatz. 2023 verzeichneten Unternehmen, die ihr Reisebudget anhoben, eine Mitarbeiterabwanderungsrate von nur 8,6 %. Das sind 3,5 % weniger als bei jenen Unternehmen, die ihre Investitionen in soziale Zusammenkünfte von Mitarbeiter:innen reduziert haben, und liegt unter der durchschnittlichen Fluktuationsrate von 10 %, die von Gallup und führenden Wirtschaftsköpfen<sup>6</sup> als Zeichen für gesunde Unternehmen genannt wird.

Unternehmen, die ihre Reisebudgets für soziale Begegnungen unter Mitarbeiter:innen erhöht haben, verzeichnen eine um

**29 %** ↘

geringere Abwanderungsrate als Unternehmen, die diese Reiseausgaben gesenkt haben.

Ebenso wichtig ist es für Unternehmen, ihre Mitarbeiter:innen zu halten, denn laut der Society for Human Resource Management können die Gesamtkosten für die Einstellung eines neuen Mitarbeiters oder einer neuen Mitarbeiterin das Gehalt der jeweiligen Stelle schnell um das Drei- bis- Vierfache übersteigen<sup>7</sup>. 62 % der Mitglieder der Führungsebene sind der Meinung, dass eine Erhöhung des Reisebudgets die Mitarbeiterbindung fördert. 94 % haben nach einem Firmenausflug ein motivierteres Team erlebt.



# Dienstreisen und persönliche Weiterentwicklung

## Die wesentlichen persönlichen Vorteile von Dienstreisen, aus Sicht der Mitarbeiter:innen:

Neue Bekanntschaften schließen

Neue Kulturen kennenlernen

Sich glücklicher und zufriedener fühlen

Neue Orte erkunden


Freunde und Familie am Reiseziel besuchen


Für manche Mitarbeiter:innen geht es bei Geschäftsreisen um mehr als nur die Arbeit. Und für Unternehmen eröffnet sich damit die Möglichkeit, auch davon zu profitieren. Durch die Verlängerung und Kombination von Dienstreisen mit privaten Freizeitaktivitäten, auch gemischt veranlasste Reisen genannt, können Unternehmen ihre Mitarbeiter:innen dazu motivieren, länger zu bleiben, damit sie ein größeres Arbeitspensum schaffen. So lässt sich der Zweck ihres


Besuchs maximal ausschöpfen und erneute Anreisen werden vermieden. 44 % der Geschäftsreisenden gaben an, ihre Dienstreisen verlängert zu haben, wenn die Unternehmensrichtlinie dies zulässt.

Auf die Frage nach den Gründen für die Verlängerung von Dienstreisen hatten vier der fünf häufigsten Gründe eine gemischt veranlasste Reise zum Hintergrund.

**Geschäftsreisende gaben an, ihre Reisen im Wesentlichen aus den folgenden fünf Gründen verlängert zu haben:**

 **42 %**  
Familie oder Freunde am Reiseziel besuchen

 **57 %**  
Stadt/Land näher erkunden

 **28 %**  
Entspannung vor der Rückkehr zur Arbeit

 **41 %**  
Freizeit anhängen, um Geld für Privatreisen zu sparen

 **14 %**  
Reduzierung der persönlichen CO2-Emissionen



Unternehmen könnten in Erwägung ziehen, Reiseverlängerungen zuzulassen, um das Wohlbefinden der Reisenden zu fördern und das Engagement der Mitarbeiter:innen zu steigern, insbesondere wenn dies zu einer höheren Produktivität und einer bewussteren Arbeitsweise führt.

# Geschäftsreisen: Der entscheidende Faktor für die Generation Z?

Mitarbeiter:innen der Generation Z (auch bekannt als Gen Z, üblicherweise zwischen 18 und 26 Jahren alt) treten jetzt in den Arbeitsmarkt ein und werden mit einer Arbeitskultur und einer Reihe von Möglichkeiten konfrontiert, die sich von denen früherer Generationen stark unterscheiden. In der Folge haben sie eine andere Einstellung zur Arbeitswelt und zu Geschäftsreisen.

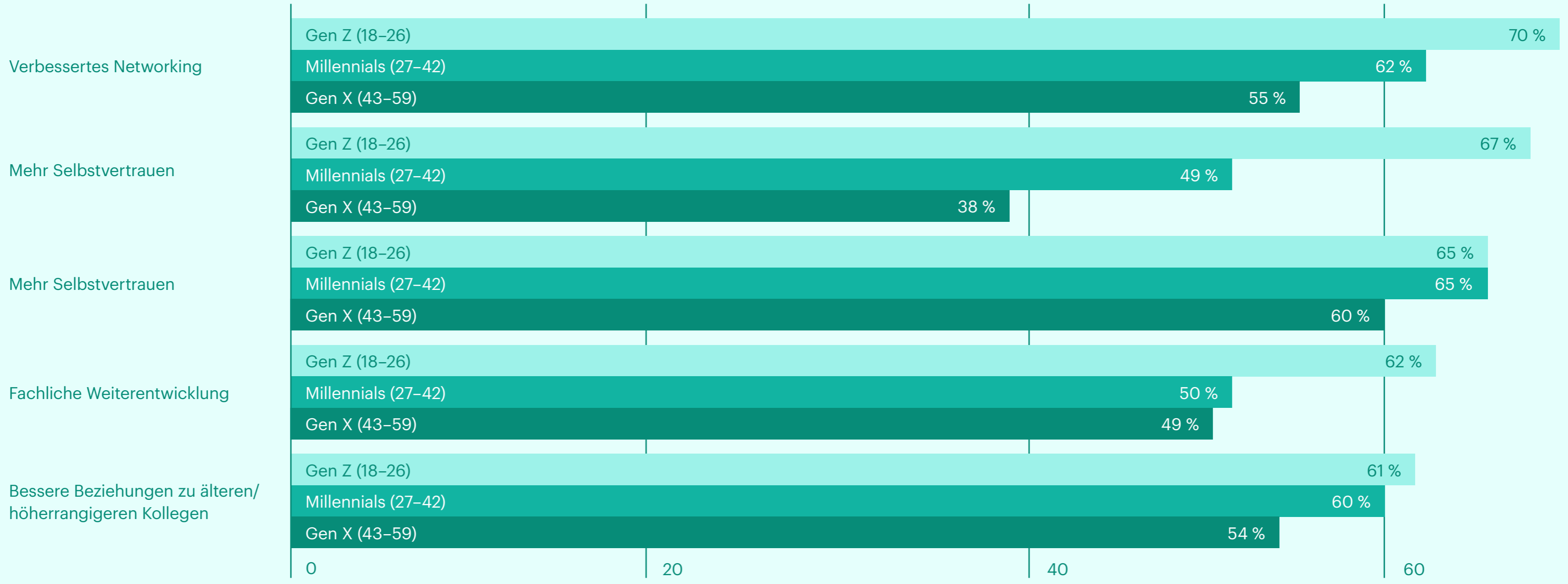
Von den befragten Generation-Z-Geschäftsreisenden möchten 79 % reisen, um neue Orte zu erkunden – im Vergleich zu 72 % unter den Millennials (27 und 42 Jahren alt) und 60 % bei der Generation X (43 und 59 Jahren alt). Darüber hinaus legen Gen-Z-Mitarbeiter:innen großen Wert auf das Wohlbefinden: So gaben 34 % an, dass sie gerne die Möglichkeit hätten, während einer Geschäftsreise eine auf das persönliche Wohlbefinden ausgerichtete Aktivität zu buchen, und 41 % würden sich von ihrem Unternehmen wünschen, die Reisezeit verlängern zu dürfen.

Die Hälfte (49 %) der Generation Z würde gern häufiger Geschäftsreisen unternehmen, im Vergleich zu 31 % bei der Altersgruppe ab 27 Jahre.



Sorgfältig geplant, können Geschäftsreisen eine bedeutende Chance für die berufliche Weiterentwicklung junger Mitarbeiter:innen bieten. Da die Generation Z gerade am Anfang ihrer

Berufslaufbahn steht, kann sie enorm vom Austausch mit anderen Abteilungen und dem Mentoring durch erfahrene Fachleute profitieren (75 % der Führungskräfte führen ihren Erfolg auf Mentoren zurück<sup>8</sup>). 70 % der Mitglieder der Generation Z gaben an, durch Geschäftsreisen ihre Networking-Fähigkeiten verbessern zu können. 65 % finden, dass sie dadurch im Unternehmen besser wahrgenommen werden. Das verdeutlicht, wie positiv sich Geschäftsreisen auf die frühe Karriereentwicklung auswirken können.





# Ein Fundament für Geschäftsreisen der Zukunft schaffen



# KI und ihre Auswirkungen auf persönliche Beziehungen

KI ist in aller Munde und wird heiß diskutiert, darunter auch, welche Aufgaben automatisiert werden und welche besser in Menschenhand bleiben sollten. Einer der Vorteile der Automatisierung ist eine Steigerung der Effizienz (mit der Folge, dass es bei manchen Unternehmen zu Entlassungen kam). Das heißt jedoch nicht, dass nun alle Tätigkeiten automatisiert werden können oder sollten. KI ist ein leistungsfähiger Copilot bei der Automatisierung von Routineaufgaben. Doch bei komplexeren, bei kreativen und bei betreuungsintensiven Tätigkeiten erkennen Führungskräfte, dass sich persönliche Begegnungen einfach nicht ersetzen lassen.

## 38 % ↗

der befragten CEOs gaben an, dass durch die Investition in KI die Notwendigkeit persönlicher Besprechungen und Geschäftsreisen in ihren Unternehmen steigen würde.



Durch Automatisierung entfällt also nicht der Bedarf an persönlichen Kontakten – im Gegenteil, er steigt sogar. Wenn die KI wiederkehrende Aufgaben übernimmt, haben Mitarbeiter:innen mehr Zeit für Tätigkeiten, die sich nicht automatisieren lassen. Sie können mehr Kunden bedienen, die Effizienz steigern und verbringen mehr Zeit mit persönlichen Besprechungen anstatt mit Routineaufgaben. In einer KI-gestützten Welt sind persönliche Interaktionen wesentlich für den Erhalt der Unternehmenskultur und der Arbeitsmoral.



doublecheck  
hyphenation



In der heutigen schnelllebigen Geschäftswelt sind die Gewinnung von Echtzeit-Einblicken, die mühelose Verwaltung von Mitarbeiterausgaben und die Durchsetzung von Ausgabenkontrollen im Einklang mit den Unternehmensrichtlinien unverzichtbare Erfolgsfaktoren.

Künstliche Intelligenz (KI) ist von zentraler Bedeutung, um diese Prozesse noch weiter zu vereinfachen. Durch KI und Automatisierung können Unternehmen ihre Ausgaben effektiv verwalten, indem sie Kosten optimieren, Anomalien erkennen, Daten in Echtzeit kontextualisieren und Ausgaben prognostizieren. Durch den Einsatz der passenden Technologien werden diese Prozesse nicht nur handhabbar, sondern auch angenehm.“

**Mette Gade**

Chief Product Officer, Pleo

# Doch wie mit den wirtschaftlichen Faktoren umgehen?

Im aktuellen wirtschaftlichen Klima ist es nur verständlich, dass Unternehmen Kosten senken möchten und den Geschäftserfolg im Blick haben. Für manche Unternehmen sind Geschäftsreisen jedoch essenzieller Bestandteil der Arbeit, ohne die ihnen Vorteile entgehen würden, z. B. Produktivitätsgewinne, das erfolgreiche Anwerben neuer Mitarbeiter:innen und die Bindung der Stammebelegschaft sowie neue Geschäftsabschlüsse.

Ein aktueller Artikel aus der Harvard Business Review<sup>9</sup> erinnert Kunden daran, bei Kostenkürzungen das langfristige Wohlergehen des Unternehmens nicht aus den Augen zu verlieren. Gerade einmal 11 % der Unternehmen halten ihre Kostenkürzungsmaßnahmen länger als drei Jahre durch, deshalb ist es wichtig, einen Plan für anhaltenden Erfolg zu erarbeiten.

Vor diesem Hintergrund lässt sich das volle Potenzial von Geschäftsreisen nur dann ausschöpfen, wenn die Reisen zielgerichtet und zu einem konkreten Zweck durchgeführt und effizient organisiert werden. Nur so lassen sich positive Effekte für das Unternehmen erzielen.

## Hier drei umsetzbare Erkenntnisse aus der Untersuchung:

**1**

### Längere, dafür weniger Geschäftsreisen und optimiertes Zeitmanagement für zweckorientierteres Reisen

Wie sich bereits gezeigt hat, möchten Mitarbeiter:innen ihre Geschäftsreisen aus persönlichen und beruflichen Gründen gern verlängern. Wenn die Unternehmen sie dazu motivieren, jede Reise bestmöglich auszuschöpfen, könnten sie den Bedarf an wiederholten Reisen an denselben Ort verringern. Ein bewussterer Ansatz bei Geschäftsreisen, mit längeren, dafür aber weniger häufigen Reisen, ist auch ökologisch nachhaltiger.

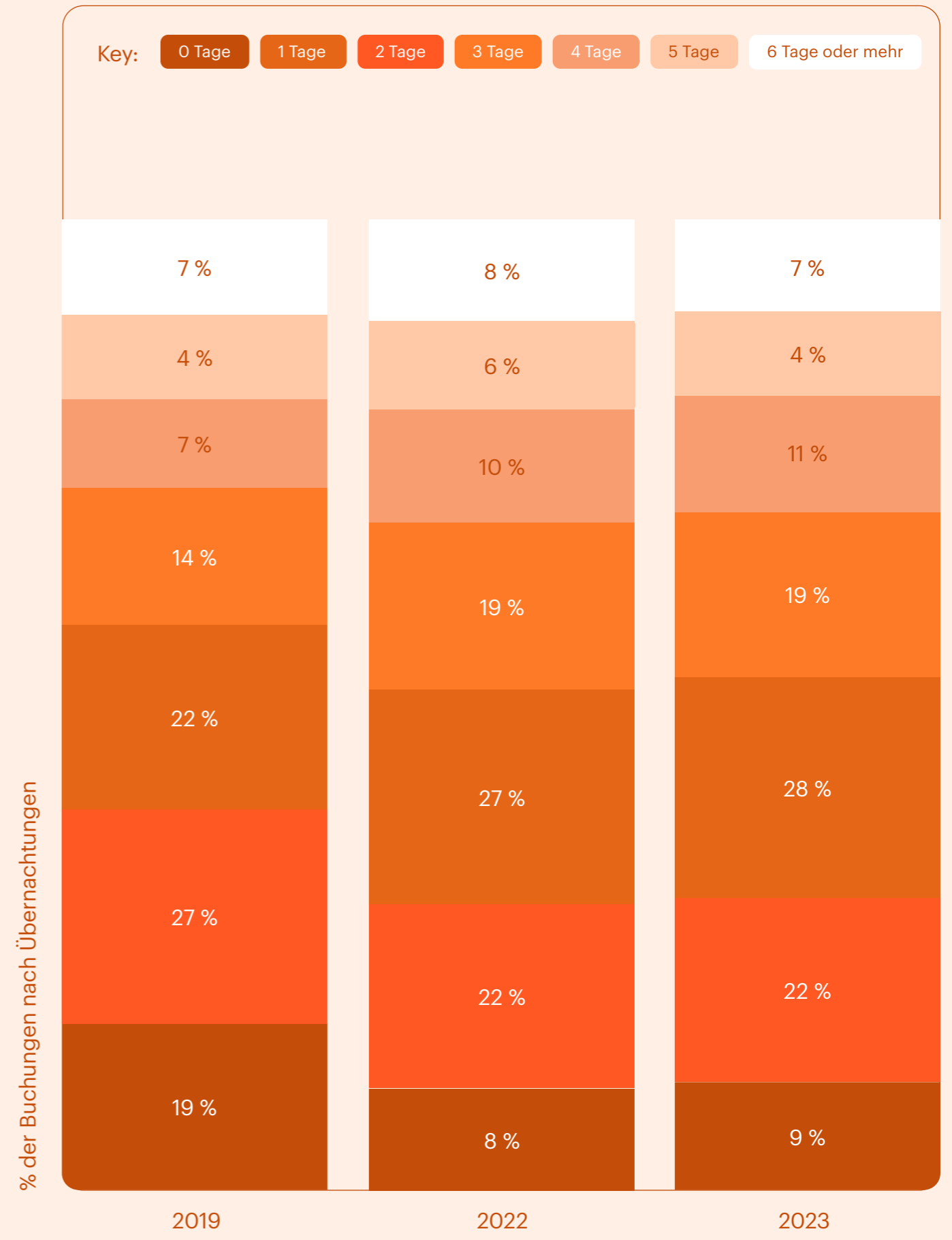
Die TravelPerk-Buchungszahlen sind eindeutig: Die Dauer von Geschäftsreisen nimmt zu. Der Anteil von Flugreisen mit Rückreise am selben Tag hingegen nimmt ab. 2019 waren 19 % der auf der TravelPerk-Plattform gebuchten Kurzstreckenflüge (unter zwei Stunden) Tagesreisen. 2023 hat sich diese Zahl auf 9 % halbiert. Stattdessen zeichnet sich ein Trend zu Zwei- bis Viertagesreisen ab, die momentan am weltweiten Geschäftsreisemarkt dominieren: 2019 dauerten 43 % aller Kurzstreckenreisen per Flugzeug zwei bis vier Tage, und diese Zahl ist nun auf 58 % angewachsen.

Die Anzahl der auf der TravelPerk-Plattform gebuchten Kurzstreckenflüge mit Rückflug am selben Tag hat sich halbiert.

**50 %** ↘

Anzahl der Reisen mit einer Dauer zwischen zwei und vier Tagen ist gestiegen.

**15 %** ↗



Unternehmen können die Kosten durch wiederholter Besuche senken, Ziele zur Verringerung der CO2-Emissionen festlegen und die persönliche und berufliche Entwicklung ihrer Mitarbeiter fördern. Etwa **ein Drittel (34 %) der Geschäftsreisenden gaben an, dass ihr Unternehmen sie dazu ermutigt so viele Meetings wie möglich zu vereinbaren, um Mehrfachreisen zu vermeiden** – eine Verlängerung der Reise bei Bedarf kann wiederum dazu führen, dass weniger Reisen wiederholt werden müssen. Geschäftsreisende können zudem ihr Wohlbefinden steigern, indem sie langsamer reisen und sich eine Auszeit gönnen, um erfrischt und produktiver zur Arbeit zurückzukehren.

## 2

## Flexiblere Richtlinien für Geschäftsreisen sorgen für mehr Effizienz

Für Geschäftsreisende ist es klar, dass ihre Arbeitgeber sie besser unterstützen und ihnen hinsichtlich Dienstreisen mehr bieten könnten. **Über die Hälfte der Geschäftsreisenden (51 %) sagen aktuell, dass ihr Unternehmen immer die billigste Reiseoption wählt** und damit kurzfristige Kosteneinsparungen über die Produktivität der Geschäftsreisen stellt.

Weniger als ein Viertel aller Unternehmen unterstützen die Verlängerung von Dienstreisen, um die Produktivität zu steigern (22 %) oder wiederholte Besuche zu vermeiden (21 %) – und das, obwohl Geschäftsreisende eine wichtige Rolle für das Umsatzwachstum, die Steigerung der Rentabilität und die Kundenbindung spielen. Im herausfordernden Marktgeschehen lohnt es sich, ihre Perspektive einzunehmen und so langfristiges Wachstum anzuregen. Diese drei Erwartungen knüpfen Geschäftsreisende an die zukünftige Ausrichtung von Geschäftsreiseprogrammen:

**36 %**

Reiseverlängerungen, um die Arbeitszeit maximal auszus schöpfen

**34 %**

Reiseverlängerungen, um im Anschluss Freizeit zu haben

**29 %**

Die Möglichkeit, ein Wohlfühlerlebnis in Anspruch zu nehmen

# 36 %

der Geschäftsreisenden würden ihre Reisen gern verlängern, um ein größeres Arbeitspensum zu schaffen und erneute Besuche zu vermeiden.

Doch nur

# 21 %

der Unternehmen lassen dies zu.

Doch flexibler zu sein, kann sich auszahlen.

Eine längere Reisedauer hat gleich mehrere Vorteile. Bei Reiseunterbrechungen sorgt eine Übernachtung dafür, dass die Reisenden pünktlich zu wichtigen Besprechungen erscheinen. Laut der [TravelPerk-Umfrage zu Störungen im Geschäftsreiseverkehr weltweit](#) erlebten 2023 79 % der Geschäftsreisenden Verbindungsausfälle. 40 % davon waren um mindestens eine Stunde verspätet und in 24 % der Fälle wurden Reservierungen storniert. Aus diesem Grund bucht mittlerweile ein Viertel der Geschäftsreisenden eine Übernachtung mehr, um es auf jeden Fall rechtzeitig zu wichtigen Besprechungen zu schaffen.

# 3

## Transparente Reisebudgets dank optimaler Spesenrichtlinien

Um Reisekosten senken und den Reisezeitraum bestmöglich ausnutzen zu können, müssen Unternehmen die anfallenden Reise- und Zusatzkosten genau nachvollziehen und kontrollieren können. Allerdings **berichten 17 % der Reiseadministrator:innen, keine Reiserichtlinie zu haben, die Reisespesen und Ähnliches abdeckt. Dabei glauben 48 %, dass ihr Unternehmen mit einer solchen Richtlinie Geld sparen könnte.**

Genauer gesagt gehen 8 % der Reiseadministrator:innen davon aus, eine Reiserichtlinie könnte

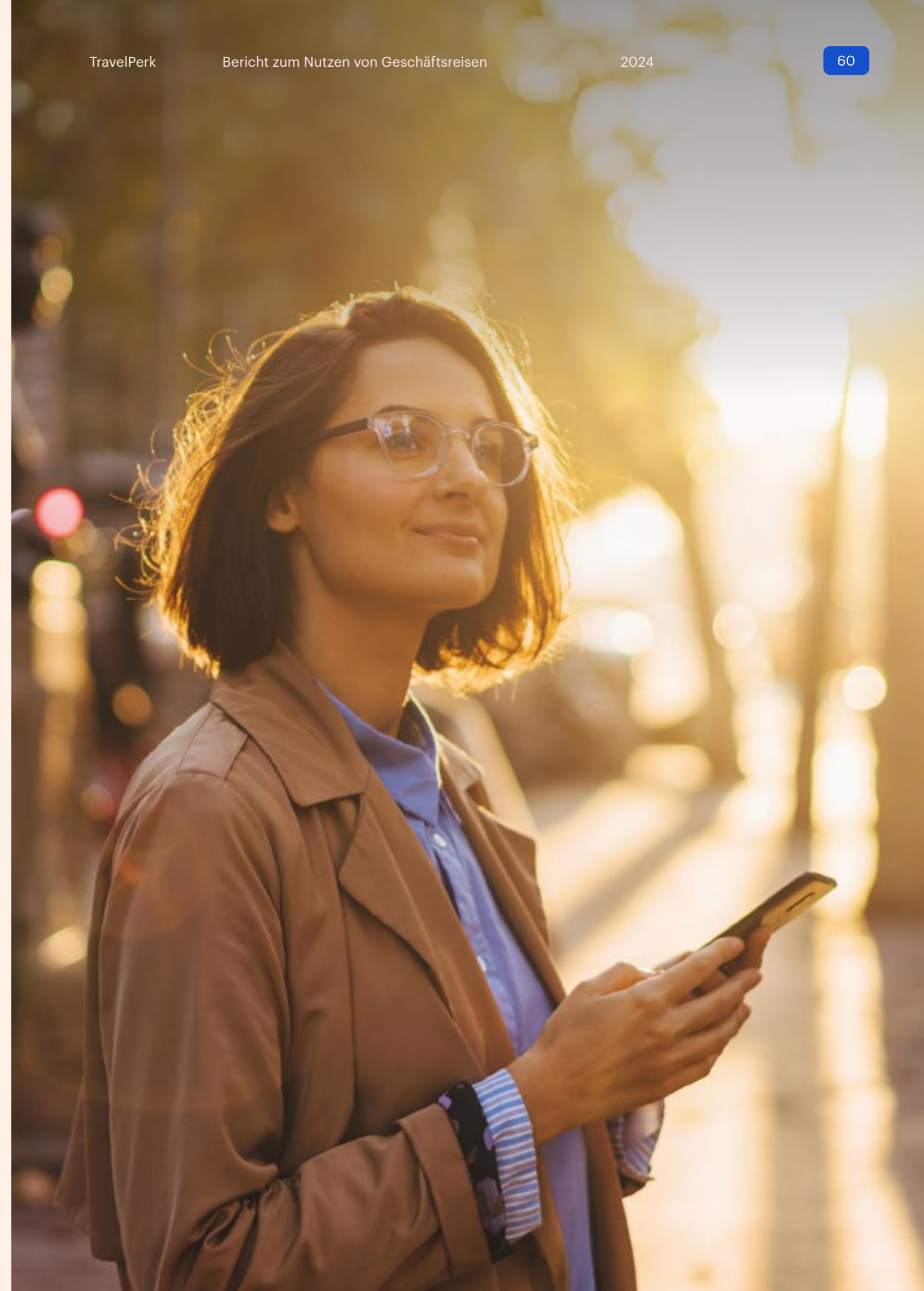
# 20–29 %

Einsparungen erzielen.

Für eine Reiserichtlinie braucht es nicht viel, dabei kann sie langfristig die Kosten deutlich senken. Eine professionelle Buchungsplattform für Geschäftsreisen, wie TravelPerk, erlaubt sogar das Erstellen [integrierter Reiserichtlinien](#), um die Einhaltung von Vorgaben zu erleichtern. Dadurch lassen sich Arbeitsabläufe automatisieren, der Aufwand für die Reiserichtlinienverwaltung verringern und budgetkonforme Buchungen sicherstellen.

## 5 Punkte für optimale Reiserichtlinien

- Ermuntern Sie dazu, Reisen maximal auszuschöpfen – eventuell durch eine Verlängerung –, anstatt immer wieder anreisen zu müssen.
- Legen Sie Buchungsfenster fest (im Idealfall zwei Wochen vor der Reise), damit Reisende genügend Zeit für die Terminplanung haben, denn so ist eine möglichst sinnvolle Nutzung der Reisezeit gewährleistet.
- Flexible Stornierungsrichtlinien geben Reisenden eine größere Auswahl. Dies hilft, bei Planänderungen und Reiseunterbrechungen finanzielle Verluste zu vermeiden.
- Ermuntern Sie dazu, nachhaltigere Reiseoptionen den günstigsten vorzuziehen.
- Richtlinien zu Reisespesen und Budgetpuffer für produktivitätssteigernde Zusatzkosten – damit kommunizieren Sie Ihre Erwartungen klar und deutlich.





# Methodik

TravelPerk wollte herausfinden, welchen Nutzen Geschäftsreisen für Unternehmen und deren Mitarbeiter:innen haben. Deshalb wurden Geschäftsreise-verantwortliche von 2.000 Unternehmen, die nicht zum TravelPerk-Kundenstamm zählen, befragt, darunter 540 Mitglieder der oberen Führungsebene. Zur Zielgruppe der Umfrage zählten darüber hinaus auch 4.600 Geschäftsreisende sowie 625 Travel Manager und Administrator:innen, die die TravelPerk-Plattform nutzen.

## 2.000

Entscheidungs-träger:-innen  
im Bereich  
Geschäftsreisen

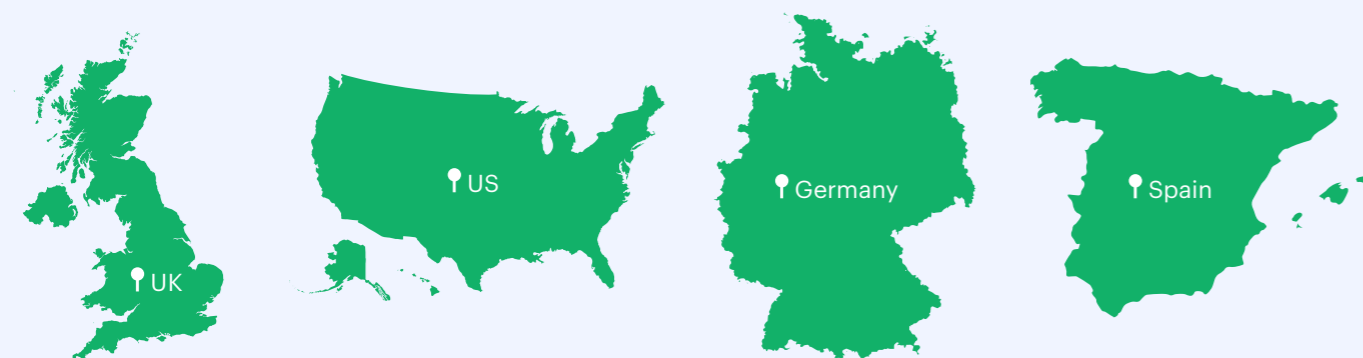
## 4.620

Geschäftsreisende

## 625

Travel Manager und  
Administrator:innen

Vom 10. bis 17. April 2024 wurden die Befragungen in vier Kernregionen Nordamerikas und Europas durchgeführt: Großbritannien, den USA, Deutschland und Spanien.



Gemeinsam mit dem Marktforschungsunternehmen OnePoll befragte TravelPerk 2.000 Entscheidungsträger:innen, die für Geschäftsreisen verantwortlich sind; je 500 aus jedem Zielmarkt: 40 % der Teilnehmenden bekleiden Führungspositionen: Mitglieder der Geschäftsführung, Vice Presidents und Directors. Befragt wurden Mitarbeitende von Unternehmen, die jährlich mehr als 25.000 USD/GBP/EUR für Geschäftsreisen ausgeben.

## Tätigkeit der Befragten

Geschäftsführung	27 %
Personalabteilung	27 %
Finanzwesen	23 %
Betrieb	23 %

Mithilfe von TravelPerks eigenen Buchungsdaten wurde das Reiseverhalten von Unternehmen in den vollen Kalenderjahren 2019, 2022 und 2023 analysiert. Die Jahre 2020 und 2021 entfielen wegen der Corona-Pandemie. Die Kohorte für den Vergleich besteht aus langjährigen TravelPerk-Kunden (Kundenbeziehung seit 2019).

**Ein wirkungsvolles Firmenprogramm für Geschäftsreisen erfordert die richtigen Tools. Mit TravelPerk erreichen Sie die Ziele Ihres Unternehmens.**

Erleben Sie TravelPerk in Aktion – vereinbaren Sie eine kostenlose Demo unserer Reisemanagement-Plattform. Weitere Informationen finden Sie unter [www.travelperk.de](http://www.travelperk.de)



# Anhang



<sup>1</sup> McKinsey & Company: „The Travel Industry Turned Upside Down: Insights, Analysis, and Actions for Travel Executives“, Februar 2020 [PDF].

<sup>2</sup> Global Business Travel Association (GBTA): „2023 Business Travel Index™ Outlook“, Januar 2023 [PDF].

<sup>3</sup> Deloitte: „Facing Travel’s Future – a future of Consumer Industry Report“, März 2024 [PDF].

<sup>4</sup> In die Schätzung des Umsatzes pro ausgegebenem Dollar für Geschäftsreisen flossen verschiedene Informationen ein: Zum einen die Jahresausgaben für Reisen im Verhältnis zum Unternehmensumsatz, zum anderen externe Daten, die Aufschluss über den Anteil des Umsatzes aus der Neukundenakquise geben. Ebenfalls aussagekräftig waren die Umfrageergebnisse. Diesen zufolge fließen bei KMU 38 % der Reiseausgaben in Werbemaßnahmen wie

die Neukundenakquise und hängen 30 % des Umsatzes pro Vertriebsmitarbeiter:in von persönlichen Besprechungen mit Kunden ab.

<sup>5</sup> Gartner: „2020 CSO Priorities Pulse Survey“, Mai 2020.

<sup>6</sup> Smith, B., und Rutigliano, T.: „The Truth About Turnover“, Gallup Business Journal (23. Februar 2006).

<sup>7</sup> Society for Human Resource Management (SHRM): „Talent Access Report“, SHRM Research Institute, April–November 2021 [PDF].

<sup>8</sup> Christopher Gross. „A Better Approach to Mentorship“, Harvard Business Review (6. Juni 2023).

<sup>9</sup> Carucci, Ron, und Mindy Millward: „When Cutting Costs, Don’t Lose Sight of Long-Term Organizational Health“, Harvard Business Review (7. Februar 2023).

