

# **Geschäftsreisen in Deutschland**

## **Mobilität im Wandel**

Ein Factbook in Zusammenarbeit mit







## **KAPITEL 1**

**06    WIE WICHTIG SIND PERSÖNLICHE TREFFEN?**



## **KAPITEL 2**

**14    WELCHE ROLLE SPIELT NACHHALTIGKEIT?**



## **KAPITEL 3**

**22    WIE LÄSST SICH REISEZEIT OPTIMAL NUTZEN?**

# **INHALT**

## Die neue Konvergenz von beruflicher und privater Mobilität

Die Mobilitätsbranche bewegt sich aktuell so rasant wie seit der Erfindung der Dampfmaschine nicht mehr: Immer neue Mobilitätsformen verbreiten sich und treffen auf ein – coronabedingt – **völlig neues Reiseverhalten**.

Was genau sind die aktuellen Anforderungen und Erwartungen der Reisenden? Was sind die momentanen Entscheidungskriterien und Treiber für Geschäftsreisen? Und welche Rolle spielt dabei das Thema Nachhaltigkeit?

**Antworten auf diese Fragen haben wir für Sie in diesem Factbook zusammengestellt.** Dafür hat das Handelsblatt Research Institute zusammen mit dem Meinungsforschungsinstitut YouGov 506 Geschäftsreisende befragt.

Die Ergebnisse sind repräsentativ für die deutsche Bevölkerung ab 18 Jahren.

Die Befragung zeigt, dass Corona nicht alles verändert hat: **Persönliche Treffen sind im Geschäftsleben nach wie vor unersetzbar.** Neu hingegen ist, dass „New Work“ die Perspektive auf berufliche Mobilität verändert. Weil im Zuge von Corona die Arbeit und das Privatleben sowohl räumlich als auch zeitlich immer mehr miteinander verschmelzen, lässt sich die berufliche Mobilität von der privaten immer weniger trennen. Das sehen wir beispielsweise am Trend zu „Bleisure“, der Verbindung von Businessreisen und Leisure (Freizeit).

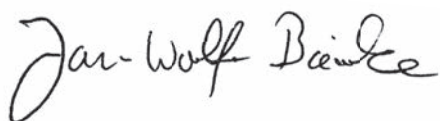
„Arbeitnehmer brauchen **heute individuell maßgeschneiderte Mobilitätslösungen**“



Arbeitnehmer brauchen heute individuell maßgeschneiderte Mobilitätslösungen mit größtmöglicher Freiheit der Verkehrsmittelwahl (Mikromobilitätslösungen): Daher bieten wir als DB Unternehmen eine frei konfigurierbare Lösung, die Mitarbeitende im Rahmen eines „Mobilitätsbudgets“ individuell nutzen können. Sollten Sie für Ihr Unternehmen Interesse an einem DB Mobilitätsbudget haben, sprechen Sie uns gerne an.

Ich wünsche Ihnen spannende Insights bei der Lektüre dieses Factbooks.

Bis bald an Bord,  
Ihr

A handwritten signature in black ink that reads "Jan-Wolf Baake". The script is fluid and cursive, with the first letters of the first and last names being capitalized and prominent.

**Jan-Wolf Baake**  
Deutsche Bahn

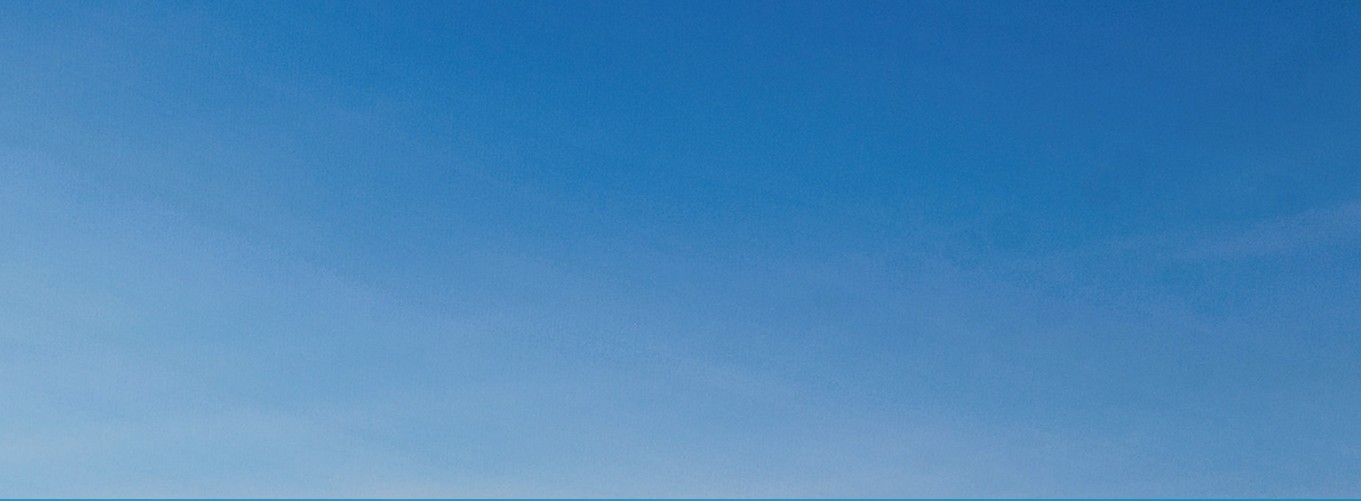


# KAPITEL 1

**WIE WICHTIG SIND  
PERSÖNLICHE TREFFEN?**







# Status quo Geschäftsreisen

In Zeiten der Pandemie entwickelt sich für Viele im Geschäftsleben gerade eine „neue Normalität“ – zwischen Home Office und persönlicher Anwesenheit. Dass die persönliche Verbindung zu Kund:innen oder Geschäftspartner:innen wichtig ist, zeigt auch die Befragung. Und so geht sogar ein Viertel der Führungskräfte davon aus, dass nach der Pandemie mindestens genauso viele oder noch mehr Geschäftsreisen unternommen werden.

## 75%

75 Prozent derjenigen, die vor der Pandemie regelmäßig auf Geschäftsreise waren, werden auch **zukünftig wieder dienstlich auf Reisen gehen**.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



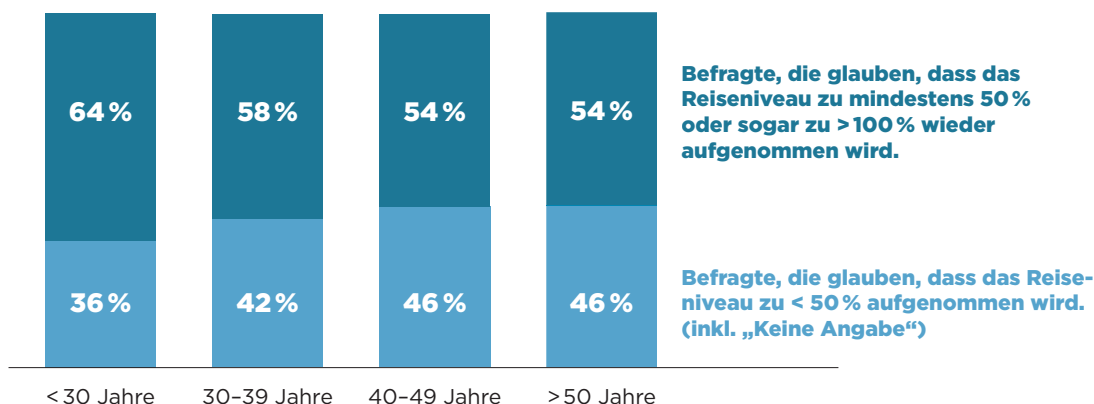
## 25%

Ein Viertel der Führungskräfte geht davon aus, dass nach der Pandemie **mindestens genauso viele oder noch mehr** Geschäftsreisen unternommen werden.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Die Rückkehr zur Normalität

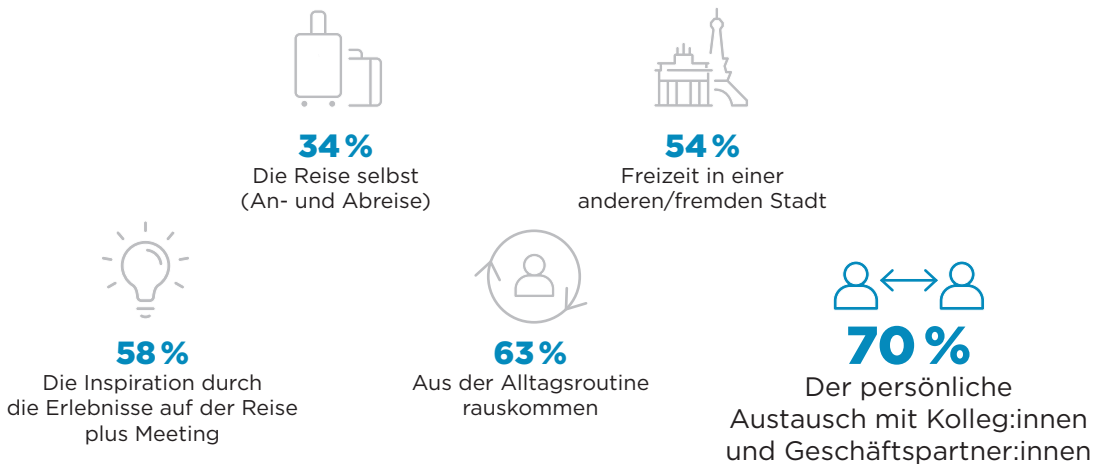
Zu welchem Anteil glauben Sie, Ihr Vorkrisenniveau beim Reisen wieder aufzunehmen?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Der persönliche Austausch fehlt besonders

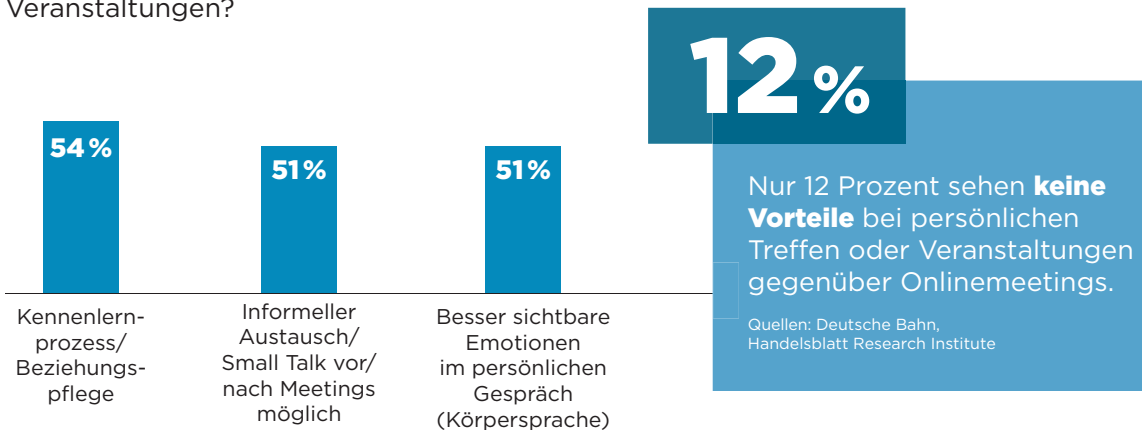
Was fehlt Ihnen besonders dadurch, dass aktuell weniger/keine Geschäftsreisen stattfinden?\*



\* Anteil der Antworten „Fehlt mir sehr/Fehlt mir“  
Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Persönliche Treffen sind vorteilhaft bei der Beziehungspflege

Welche der folgenden Aspekte sehen Sie als Vorteil persönlicher Treffen oder Veranstaltungen?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Tagesreisen werden häufiger

Die Dauer von Geschäftsreisen sinkt. So machten 2020 bei Unternehmen mit 501 bis 1.500 Mitarbeitenden Tagesreisen 64 Prozent aus. Im Jahr zuvor waren es 57 Prozent.

Quelle: Verband Deutsches Reisemanagement (VDR)



# Vorteile von persönlichen Treffen

Präsenztreffen schaffen Vertrauen und stärken die Bindung zum Gegenüber. Daher ist für die deutliche Mehrheit der Befragten der persönliche Kontakt der entscheidende Faktor für den Erfolg – egal ob beim Ausbau von Kundenbeziehungen oder bei Vertragsverhandlungen.

## Für Geschäftsbeziehungen ist der Kontakt wichtig

Um wie viel erfolgreicher sind persönliche Treffen im Vergleich zu virtuellen Treffen bei den folgenden Anlässen?

Vertragsverhandlung



Neukundenakquise



Ausbau von Kundenbeziehungen



Netzwerk-Event (z. B. Messen, Roadshows, Kongresse)



Kunden- und Lieferantentermine



■ Mindestens 20 % bis hin zu 100 % erfolgreicher    ■ Gleich erfolgreich    ■ Weniger erfolgreich    ■ Weiß nicht / k. A.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Bindung durch Präsenz

Wenn Sie sich dafür entscheiden, Meetings in Präsenz stattfinden zu lassen, wie stark bestimmen dann die folgenden Gründe Ihre Entscheidung?\*

**47 %**

Höhere Erfolgswahrscheinlichkeit für Geschäftsabschlüsse

**47 %**

Besserer Informationsfluss

**53 %**

Aufbau eines persönlichen Netzwerks

**55 %**

Teambuilding

**57 %**

Emotionale Verbundenheit / Stärkere persönliche Bindung zum Gegenüber

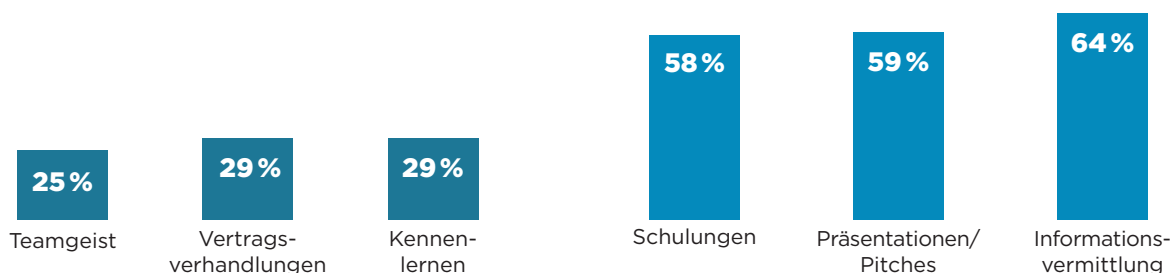
\* Anteil der Antworten „Gut / Eher gut“

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



## Zwischenmenschliches geht online verloren

Inwiefern lassen sich die folgenden Aspekte eines Meetings in die digitale Form übertragen?\*



\* Anteil der Antworten „Sehr stark/Stark“

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



# 75 %

**der Geschäftsreisenden  
sind überzeugt:  
Persönliche Treffen sind  
erfolgreicher als  
virtuelle Meetings\*.**

\* Mehrfachnennungen möglich

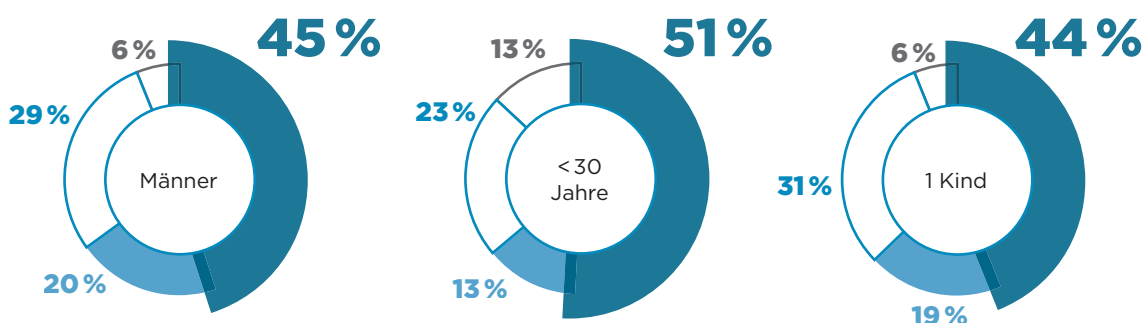
Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# Reisen steigert die Jobattraktivität

Ein Jobprofil, bei dem Reisetätigkeit notwendig ist, trägt wesentlich zur Attraktivität des Berufs bei. So verbinden 53 Prozent der Befragten mit Geschäftsreisen eine hohe Jobattraktivität. Und für rund 73 Prozent steigt durch die Möglichkeit, auf Geschäftsreisen zu sein, sogar die persönliche Motivation für den Job.

## Geschäftsreisen machen den Job attraktiver

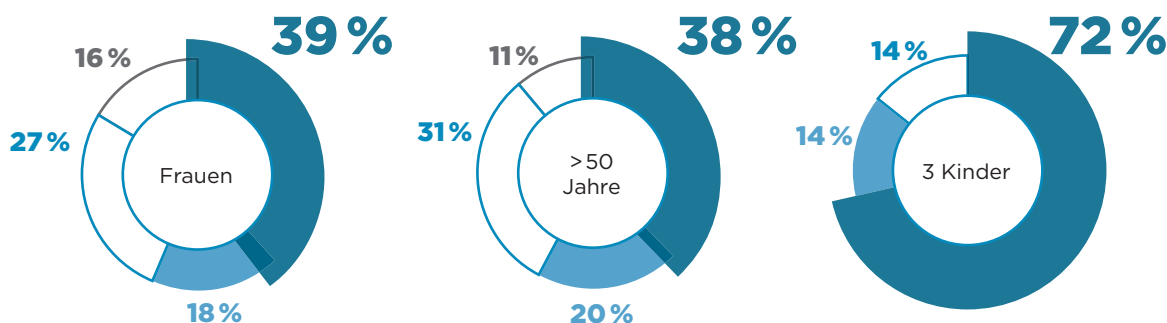
Wie ist Ihre Zustimmung zu folgender Aussage: Reisetätigkeit wirkt sich positiv auf die Jobattraktivität aus.



Insgesamt 53 Prozent der gesamten Befragten finden, dass **Geschäftsreisen** zur **Attraktivität des Berufes beitragen**.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

53%



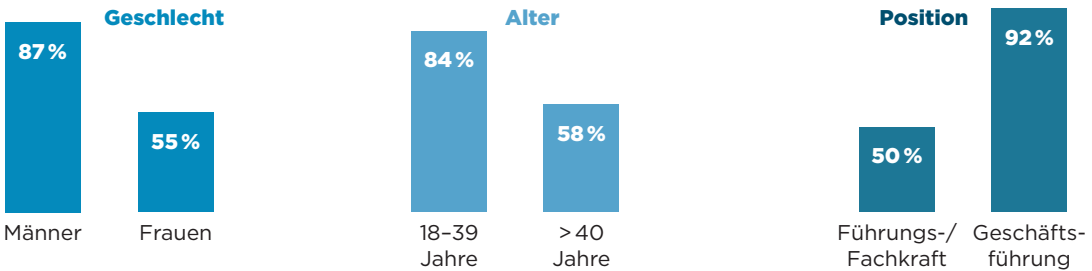
■ Stimme voll und ganz/eher zu ■ Stimme eher nicht/gar nicht zu ■ Weder noch ■ Weiß nicht /k. A.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Bleisure Travel ist beliebt

Nutzer von Bleisure Travel

**Bleisure Travel** bezeichnet die Möglichkeit, eine Geschäftsreise mit einem privaten Aufenthalt zu verlängern oder zu verbinden.



Quelle: Deutscher Reiseverband (DRV)

## Reisen im Beruf sind wichtig

Welchen Stellenwert haben Geschäftsreisen generell für Sie?

**73%**

**Sehr hoher Stellenwert:**

Die Geschäftsreisen machen meinen Job besonders attraktiv.

**26%**

**Eher hoher Stellenwert:**

Geschäftsreisen sind eine willkommene Abwechslung vom Alltag.

**1%**

**Eher niedriger Stellenwert:**

Ohne Geschäftsreisen kann ich gut leben.

**0%**

**Sehr niedriger Stellenwert:**

Geschäftsreisen belasten mich sehr. Ich würde mich freuen, wenn sie wegfallen würden.

Quelle: DRV

# 58%

**der Befragten, die vor der Pandemie bereits Geschäftsreisen unternommen haben, freuen sich aktuell schon, künftig wieder für ihr Unternehmen unterwegs zu sein.**

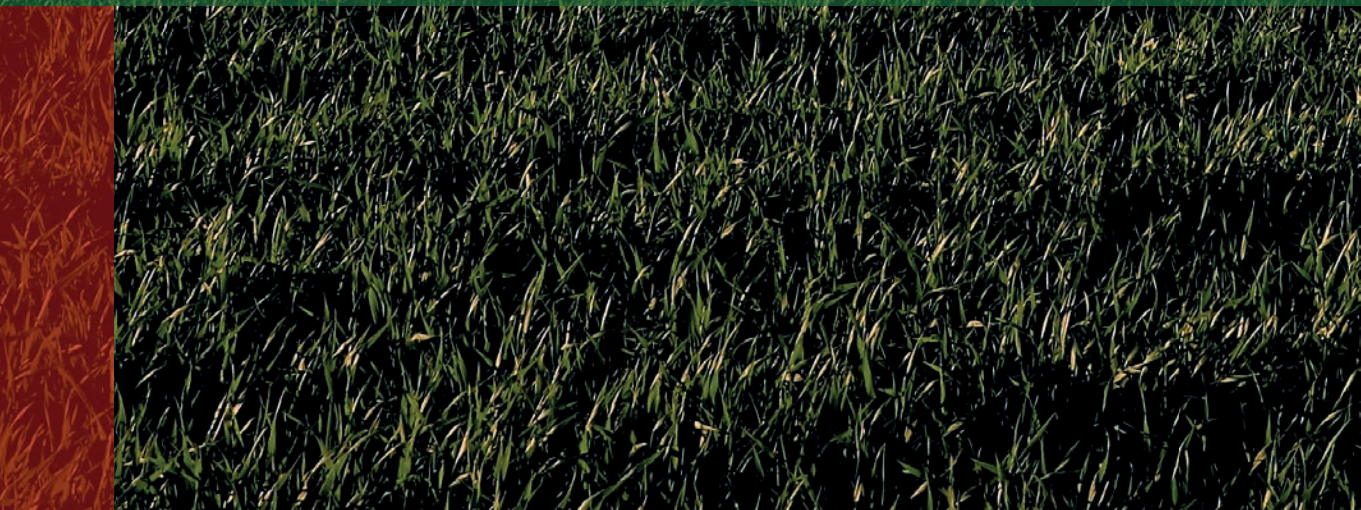
Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute





# KAPITEL 2

**WELCHE ROLLE SPIELT  
NACHHALTIGKEIT?**





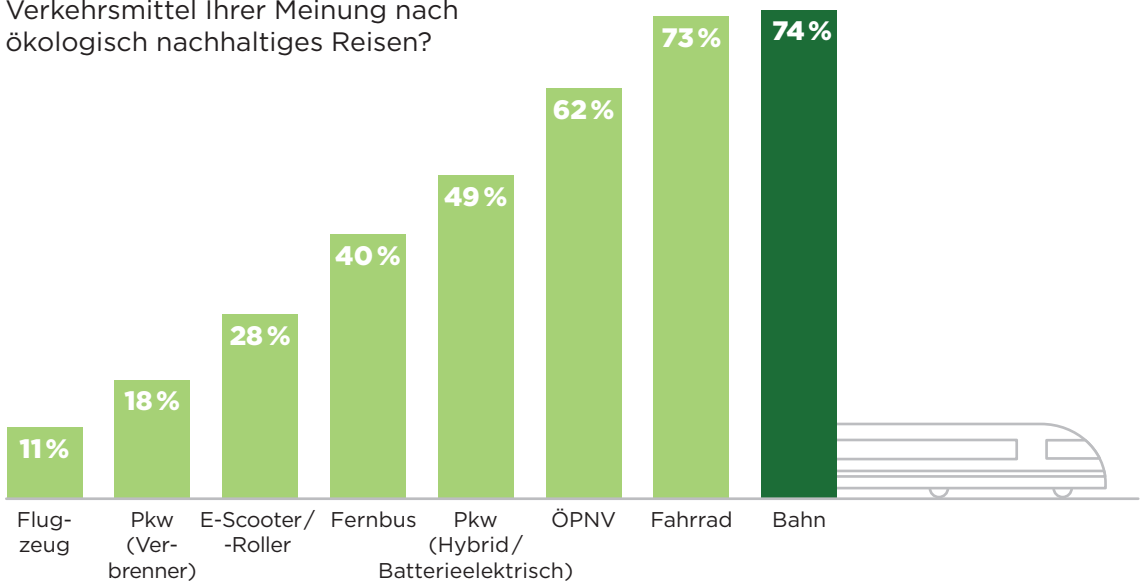


# Klimafreundliche Geschäftsreisen

Rücksicht auf unsere Umwelt nehmen – das ist für immer mehr Menschen nicht nur im Alltag, sondern auch beim Reisen ein sehr wichtiges Ziel. Vor allem Jüngere sind bereit, für nachhaltige Güter mehr zu bezahlen und ihr Verhalten zu ändern. Auch vom eigenen Arbeitgeber wünscht sich die Mehrheit mehr Unterstützung in puncto nachhaltige Reiserichtlinien.

## Bahn als klimafreundlichstes Verkehrsmittel

Inwieweit ermöglichen die nachfolgenden Verkehrsmittel Ihrer Meinung nach ökologisch nachhaltiges Reisen?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# 73%

73 Prozent der Befragten empfinden es als wichtig, dass jeder versucht, **klimabewusster** zu leben.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



75%

Drei Viertel wären bereit, klimabewusster zu leben, auch wenn sich andere nicht darum bemühen.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Jüngere zeigen höchste Preisbereitschaft für nachhaltige Güter

Wie stark stimmen Sie der folgenden Aussage zu?

**„Ich bin bereit, für nachhaltige Güter einen höheren Preis zu zahlen.“**

< 30 Jahre

67%

30-39 Jahre

56%

40-49 Jahre

45%

> 50 Jahre

53%

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Flugzeug ist die größte Belastung

Durchschnittliche Treibhausgasemissionen einzelner Verkehrsmittel im Personenverkehr, Treibhausgasemissionen in Gramm pro Personenkilometer

29

**Eisenbahn, Fernverkehr\***

29

Linienbus, Fernverkehr

36

Sonstige Reisebusse

54

**Eisenbahn, Nahverkehr**

154

Pkw

214

Flugzeug, Inland\*\*

\* Basierend auf durchschnittlichem Strommix in Dtl.

\*\* Inkl. Nicht-CO2-Effekte

Quellen: Umweltbundesamt, TREMOD 6.16

# Mehr Eigenverantwortung

Der Klimawandel und die Maßnahmen, mit denen sich seine Folgen eindämmen und beherrschen lassen, sind nach Ansicht der Befragten absolute Top-Themen für Politik und Wirtschaft. Knapp zwei Drittel gaben an, dass sie sich regelmäßig mit Fragen der Nachhaltigkeit und des klimabewussten Verhaltens beschäftigen. Die Hälfte der Befragten setzt im privaten Umfeld ein Zeichen und versucht aktiv, den eigenen Carbon Footprint zu verringern und sich CO2-neutral zu verhalten.

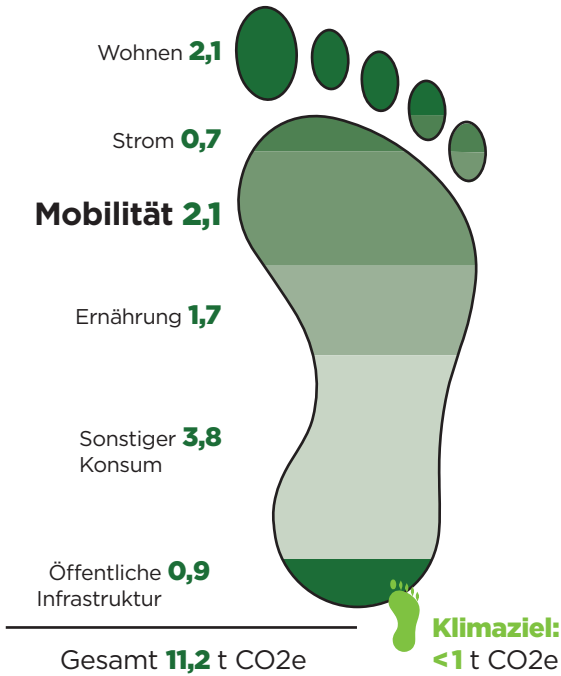


## Jeder zweite

**Geschäftsreisende versucht  
aktiv, seinen eigenen  
ökologischen Fußabdruck  
zu verringern.**

## Mobilität hat großen Einfluss auf den CO2-Fußabdruck

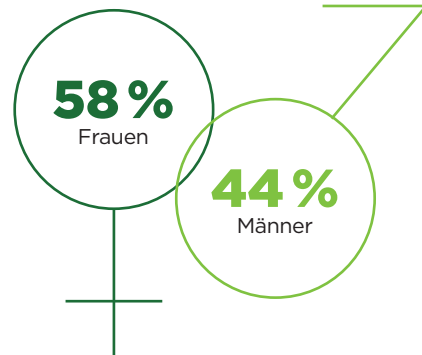
Tonnen CO2e\* pro Kopf



\* CO2e ist eine Maßeinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung der unterschiedlichen Treibhausgase  
Quelle: Umweltbundesamt, 2020

## Nachhaltigkeit spielt für Frauen eine größere Rolle

Wie stark versuchen Sie bereits heute, Ihren ökologischen Fußabdruck zu verringern?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

Der ökologische Fußabdruck ist ein **Nachhaltigkeitsindikator**:  
Je kleiner er ist, desto ökologisch nachhaltiger ist eine Aktivität.

## Klimawandel ist Top 3-Thema

Wie stark beschäftigen Sie aktuell die folgenden Themen?\*



**71%**  
Politik



**65%**  
Coronapandemie



**62%**  
Klimawandel



**61%**  
Konjunktur /Wirtschaftslage



**59%**  
Soziale Gerechtigkeit

\* Mehrfachantworten möglich  
Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



# Unternehmen müssen mehr fürs Klima tun

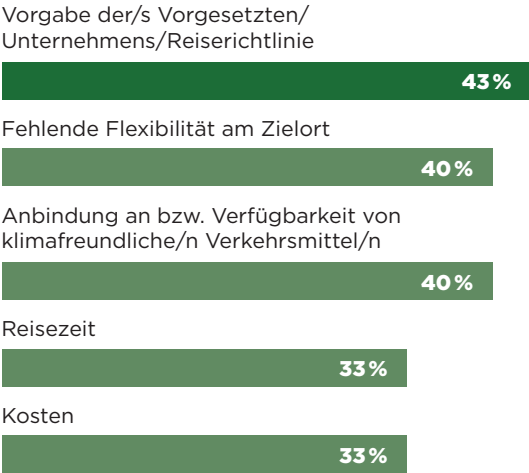
Viele Befragte bemängeln, dass oft unternehmensinterne Vorgaben oder bestehende Reiserichtlinien die Nutzung nachhaltiger Verkehrsmittel einschränken. So muss bei der Planung einer Geschäftsreise häufig der bestehende Dienstwagenpool vorrangig genutzt werden. Gut ein Drittel gibt zudem an, dass ökologische Nachhaltigkeit bei Entscheidungen des eigenen Arbeitgebers keine Rolle spielt.



Weniger als  
**die Hälfte**  
der Dienstreisenden können  
so klimafreundlich reisen,  
wie sie gern möchten.

# Reiserichtlinien mit Optimierungsbedarf

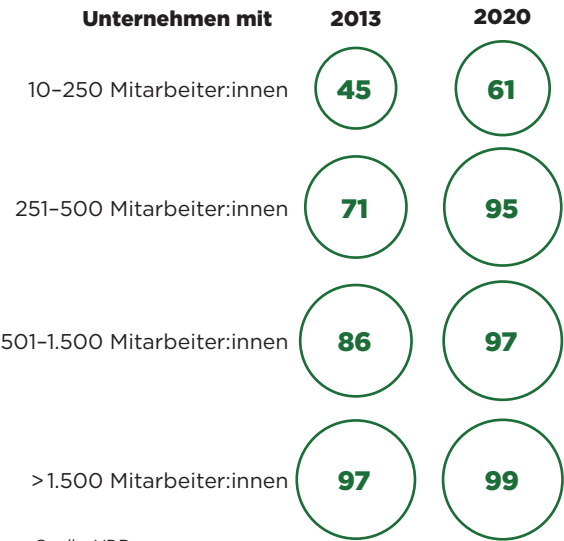
Was hält Sie von klimafreundlichen Dienstreisen ab?\*



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# Je größer, desto mehr Regeln

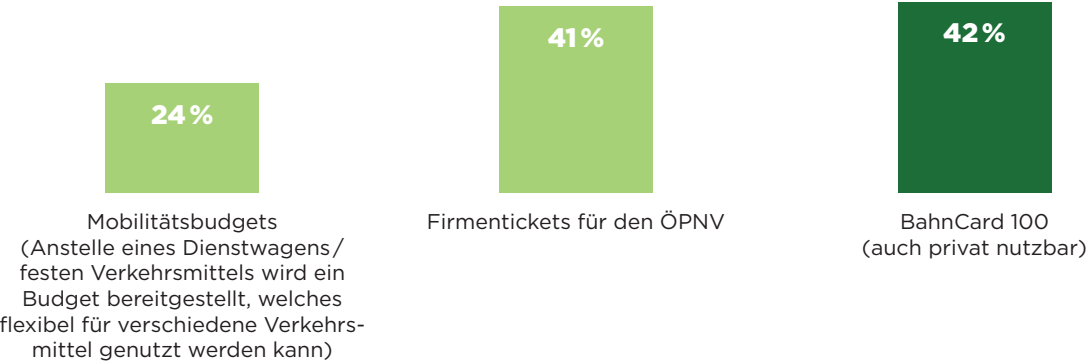
Anteil der Unternehmen, die Reiserichtlinien haben, in %



Quelle: VDR

# BahnCard 100 als größter Anreiz für nachhaltige Reiseplanung

Welchen dieser Anreize würden Sie gern persönlich nutzen, um nachhaltiger zu reisen?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# Nachhaltigkeit zunehmend wichtiges Kriterium für Dienstreisen

Welche Rolle spielen für Sie persönlich folgende Kriterien bei der Buchung von Verkehrsmitteln auf Dienstreisen?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute





# KAPITEL 3

**WIE LÄSST SICH REISEZEIT  
OPTIMAL NUTZEN?**



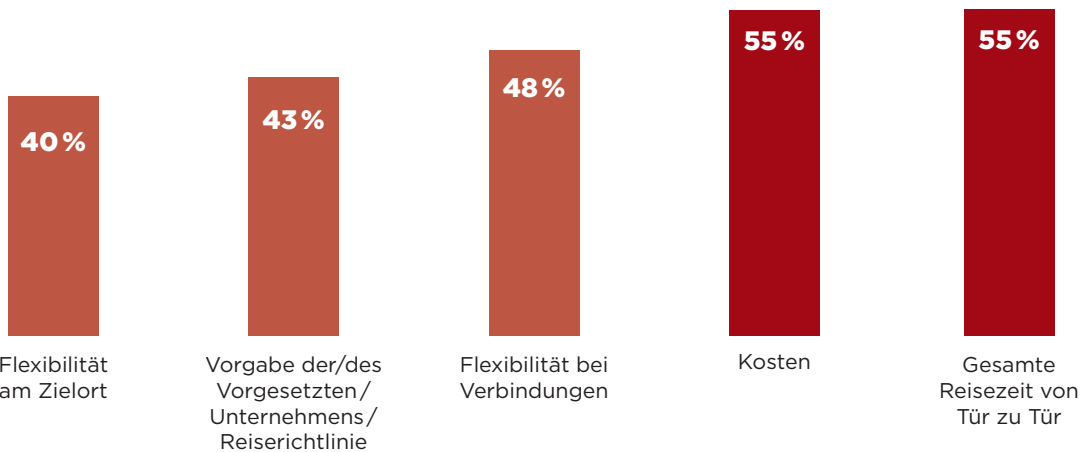


# Zeit richtig nutzen

Wer regelmäßig auf Dienstreisen ist, möchte seine Zeit auch produktiv nutzen. Hierbei sehen Befragte die Bahn im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln deutlich im Vorteil. Außer zum Arbeiten wird die Zeit gerne zum Nachdenken oder Lesen genutzt.

## Zeitfaktor und Kosten entscheidend

Welche Aspekte bestimmen Ihre Reisebuchungen?\*

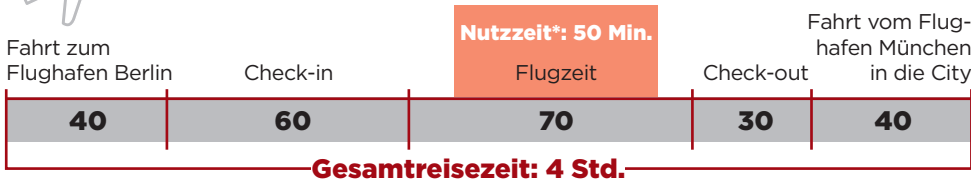


\* Mehrfachantworten möglich

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Deutlich mehr Nutzzeit auf Reisen mit der Bahn

Beispiel: Berlin – München, Angaben in Minuten



\* Nutzzeit (Zeit, die selbstbestimmt für Arbeiten/Entspannen etc. genutzt werden kann) = Fahrzeit/Flugzeit abzüglich 20 Minuten

Quelle: eigene Recherche

# 75%

Drei Viertel der Dienstreisenden betrachten die nutzbare Reisezeit als einen **entscheidenden Faktor** für die Buchungsentscheidung.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Bahn ist produktivstes Verkehrsmittel

Wie hoch schätzen Sie die fürs Arbeiten produktiv nutzbare Zeit ein, wenn Sie die folgenden Verkehrsmittel für Ihre Geschäftsreise nutzen?



**13 %**  
ÖPNV



**15 %**  
Pkw



**25 %**  
Flugzeug



**55 %**  
Bahn

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Wichtige Zeit fürs Nachdenken, Lesen und die Arbeit

Welche Tätigkeiten führen Sie in der Reisezeit auf Dienstreisen durch?

Nachdenken/Reflektieren

**68 %**

Lesen (privat, also z. B. Zeitung / Zeitschrift / Bücher / Social Media)

**53 %**

Lesen (dienstlich)

**52 %**

Arbeiten an Smartphone/Tablet

**50 %**

Arbeiten am Computer

**48 %**

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# Gute Verbindung ist wichtig

Unterwegs gut erreichbar zu sein und eine direkte Verbindung zu seinen Geschäftspartnern zu haben, ist für die Mehrheit der Geschäftsreisenden wichtig. So sind ein guter Zugang zum Mobilfunknetz und ein funktionierendes WLAN zwei der wichtigsten Aspekte für Geschäftsreisende.

## Zugang zu WLAN und gutes Netz sind wichtig

Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte, um Ihre Reisezeit nutzen zu können?\*



**57 %**  
Arbeitsplatz  
(z.B. Tisch/Steckdosen)



**63 %**  
Bewegungsfreiheit



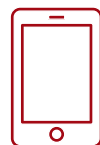
**63 %**  
Ruhe  
(vor Außengeräuschen/Gesprächen)



**66 %**  
Privatsphäre



**70 %**  
WLAN-Zugang



**75 %**  
Zugang zum Mobilfunknetz

\* Mehrfachantworten möglich

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## How to travel?

Die wichtigsten Travel Hacks der Dienstreisenden

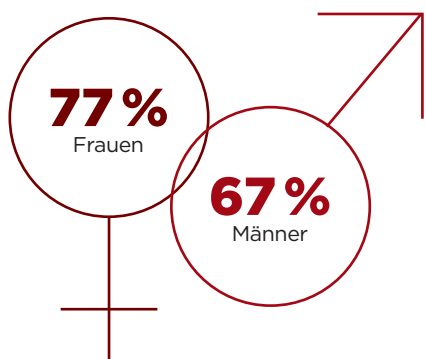


Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute



## Frauen ist WLAN wichtiger

Wie wichtig ist Ihnen WLAN-Zugang, um Ihre Reisezeit nutzen zu können?



Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# 57%

57 Prozent der Dienstreisenden sehen in der Bahn ein **mobiles Office**.

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

# 2/3

**Für knapp zwei Drittel der Geschäftsreisenden ist WLAN-Zugang unerlässlich auf Reisen.**

Quellen: Deutsche Bahn, Handelsblatt Research Institute

## Nachhaltig mobil in die Zukunft

### **Deutschland ist in Bewegung.**

Trotz der pandemiebedingten Einschränkungen ist Mobilität für Unternehmen und ihre Beschäftigten nach wie vor wichtig. Der Austausch und die Zusammenarbeit im Büro, aber auch der persönliche Kontakt zu Businesspartner:innen und Kund:innen sind essenziell im Geschäftsleben.

Zwar können wir alle im Remote-Status dank fortschreitender Digitalisierung mit modernen Kommunikationsmitteln arbeiten. Die Umfrage zeigt allerdings, dass der unmittelbare Kontakt zwischen Geschäftspartner:innen den unternehmerischen Erfolg merklich steigert. Gleichzeitig möchten die Reisenden heute zunehmend umweltfreundlich und klimaschonend unterwegs sein – ob privat oder beruflich.

Hierfür ist die Deutsche Bahn der klimafreundliche Mobilitätspartner für Unternehmen: Mit vielfältigen und flexiblen Angeboten sind Geschäftsreisende auch in Zeiten mit wechselnden Rahmenbedingungen produktiv, sicher und klimafreundlich unterwegs.

**Für Sie.  
Für Ihre Kund:innen.  
Für unser Klima.**

**Denn Geschäftsreisen  
macht man mit der Bahn.**





# **Geschäfts- reisen**

**macht man mit**

# **der Bahn.**

# Impressum

**DB Vertrieb GmbH**

DB Tower

Europa-Allee 78-84, 60486 Frankfurt am Main

E-Mail: [business@deutschebahn.com](mailto:business@deutschebahn.com)

**Konzept:**

Handelsblatt Research Institute

Toulouser Allee 27, 40211 Düsseldorf

[www.handelsblatt-research.com](http://www.handelsblatt-research.com)

**Redaktion & Recherche:**

Barbara Burk, Gudrun Matthee-Will, Peter Kleinort

**Gestaltung:**

Isabel Rösler, Christina Wiesen

**Redaktionsschluss:**

17.02.2022

**Bildquellen:**

S. 1: Deutsche Bahn AG; S. 5: Deutsche Bahn AG/Holger Peters;

S. 6-7: Deutsche Bahn AG; S. 11: Deutsche Bahn AG; S. 13: Deutsche Bahn AG;

S. 14-15: Deutsche Bahn AG/Steve Wiktor; S. 18: Deutsche Bahn AG/Barteld Redaktion;

S. 20: Deutsche Bahn AG; S. 22-23: Deutsche Bahn AG; S. 27: Deutsche Bahn AG;

S. 29: Deutsche Bahn AG/Michel Jaussi

freepik, flaticon





