



Bernd Eisenstein | Julian Reif | Dirk Schmücker |
Manon Krüger | Rebekka Weis

Geschäftsreisen

Merkmale, Anlässe, Effekte





Bernd Eisenstein, Julian Reif,
Dirk Schmücker, Manon Krüger,
Rebekka Weis

Geschäftsreisen

Merkmale, Anlässe, Effekte

UVK Verlag · München

Eine Publikation der



ISBN 978-3-86764-833-2 (Print)
ISBN 978-3-7398-0381-4 (EPDF)
ISBN 978-3-7398-0380-7 (EPUB)

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

© UVK Verlag 2019
– ein Unternehmen der Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG

Lektorat: Rainer Berger, München
Einbandmotiv: © Nikada, iStock
Druck und Bindung: CPI, Claussen & Bosse, Leck

UVK Verlag
Nymphenburger Str. 48
80335 München
Telefon: 089/452174-66

Narr Francke Attempto Verlag GmbH & Co. KG
Dischingerweg 5
72070 Tübingen
Telefon: 07071/9797-0

www.narr.de

Vorwort

Die moderne Arbeitswelt stellt umfassende Ansprüche an die räumliche Mobilität der Berufstätigen. Aus verschiedenen Gründen entwickelte sich die Mobilität zum beständigen Teil des Arbeitsalltags vieler Erwerbstätiger. Eine typische Ausprägung der berufsbedingten räumlichen Mobilität sind Geschäftsreisen. Regionale, nationale und internationale Geschäftsreisen sind gängige und in vielen Wirtschaftsräumen und -bereichen allgegenwärtige Praxis.

Wir sind der Ansicht, dass ein Missverhältnis zwischen der mittlerweile hohen Relevanz der Geschäftsreisen als berufsbedingte räumliche Form der Mobilität und der relativ geringen Aufmerksamkeit, die die touristisch-akademische Gemeinschaft diesem Themenfeld entgegenbringt, vorliegt. Der ökonomischen Bedeutung der Nachfrage nach Geschäftsreisen und der Wichtigkeit der Geschäftsreisenden als Zielgruppe vieler Leistungsträger im Tourismus (z. B. Linienfluggesellschaften, Hotellerie, Taxiunternehmen) steht nur eine verhältnismäßig geringe Anzahl von Publikationen und Forschungsarbeiten gegenüber. Als ein Indiz für die relative Vernachlässigung des Themenbereichs kann die geringe Anzahl von lediglich 236 Artikeln gelten, die im Web of Knowledge zum Suchbegriff „Business Travel“ ausgewiesen werden. Zum Vergleich: die Suchbegriffe „Pilgrimage“ (2.361), „Holiday“ (4.156) und „Tourism“ (37.575) generieren weit mehr Treffer.¹

Eine Beschäftigung mit dem Themenfeld der Geschäftsreisen ist darüber hinaus angezeigt, weil bspw. Besonderheiten dieses Marktsegmentes herausgearbeitet, Vor- und Nachteile von Geschäftsreisen und Geschäftsreisearten beleuchtet, Ziele und Folgen geschäftlicher Reisen untersucht oder unterschiedliche Typen von Geschäftsreisenden erkannt werden können.

Das vorliegende Buch darf als Beitrag verstanden werden, Geschäftsreisen als moderne berufsbedingte Mobilitätsform besser kennenzulernen.

Unser besonderer Dank gilt Jule Kampen für die tolle Unterstützung bei der Erstellung der Abbildungen, Christian Eilzer für das engagierte Korrekturlesen und Rainer Berger für die ebenso angenehme wie kompetente Betreuung von Seiten des Verlages.

Heide, im August 2019

Bernd Eisenstein, Julian Reif, Dirk Schmücker,
Manon Krüger und Rebekka Weis

¹ Web of Science Core Collection; Zeitraum 1945–2019, Einsehdatum 14.07.2019.

Die AutorInnen

Prof. Dr. Bernd Eisenstein studierte Geographie, Betriebs- sowie Volkswirtschaftslehre und promovierte bei Prof. Dr. Christoph Becker an der Universität Trier. Er war Stipendiat einer Wissenschaftsstiftung, hat zahlreiche Publikationen verfasst und ist häufig Referent auf Fachveranstaltungen. Seit 1997 ist er Professor für Tourismus und seit 2006 Direktor des Instituts für Management und Tourismus (IMT) an der FH Westküste. Gegenwärtig forscht er u. a. zur touristischen Nachfrage, zu Tourismusfolgen und zum strategischen Destinationsmanagement.

Julian Reif, Dipl.-Geogr., studierte an den Universitäten Bonn und Fribourg Geographie mit den Nebenfächern Soziologie und Ethnologie. Seit 2012 ist er Projektleiter im Bereich touristische Marktforschung im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste und Referent der Institutsleitung. Von 2012 bis 2015 war er an der FH Westküste zudem Dozent u. a. für Destinationsmanagement und Methodenlehre. Seine Forschungsinteressen sind touristische Nachfragetrends, Städtetourismus, Aktionsraumforschung und Tourismusfolgen.

Prof. Dr. Dirk Schmücker ist seit 2007 Leiter Forschung am NIT und seit 2019 Professor für Tourismus an der FH Westküste. Nach dem Studium der Kulturwissenschaften promovierte er bei Prof. Dr. Edgar Kreilkamp an der Universität Lüneburg. Er war freier Mitarbeiter beim Studienkreis für Tourismus in Starnberg, wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Universität Lüneburg und Mitgründer des Beratungsunternehmens Project M. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Informations- und Entscheidungsverhalten sowie empirische Methoden.

Manon Krüger, Diplom-Kauffrau (FH), studierte Betriebswirtschaftslehre mit den Schwerpunkten Tourismus und Controlling an der FH Westküste. Sie ist seit 2006 Projektleiterin im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste. Ihre inhaltlichen Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte liegen in den Bereichen touristische Nachfragetrends/Reiseverhalten, ökonomische Effekte des Tourismus, Controlling und kennzahlengestütztes Destinationsmanagement sowie Campingtourismus.

Rebekka Weis (M.A.) studierte International Tourism Management an der FH Westküste. Seit 2012 ist sie im Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste im Bereich Markt- und Auftragsforschung beschäftigt. Als Projektleiterin verantwortete sie u.a. den Tourismusatlas Deutschland sowie weitere Publikationen zu quantitativen Marktforschungsmethoden im Tourismus. Weiterhin gilt ihr Interesse dem Natur- und Abenteuer-tourismus sowie dem Reittourismus.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Die AutorInnen.....	7
Abbildungsverzeichnis	13
Tabellenverzeichnis.....	17
1 Einführung: Mobilität, Arbeit und Geschäftsreisen.....	19
1.1 Arbeit und Mobilität	19
1.2 Geschäftsreisen als Form arbeitsbezogener Mobilität	24
1.3 Tourismus, Geschäftsreisen und Geschäftsreisetourismus.....	31
1.4 Studien zu Geschäftsreisen in Deutschland	40
2 Charakteristika und Besonderheiten	49
2.1 Investiver Charakter	50
2.2 Zeitbudget und eingeschränkte Entscheidungssouveränität.....	53
2.3 Zeitsensibilität und Ausgaben	56
2.4 Reisezeiten	61
2.5 Zentrale Ansprüche der Geschäftsreisenden	68
3 Nutzen und Funktionen	71
3.1 Für das Unternehmen.....	71
3.2 Für den Reisenden.....	74
3.3 Für die Destination.....	82
4 Determinanten des Geschäftsreisevolumens.....	99
4.1 Wirtschaftliche Einflussfaktoren	99
4.2 Gesellschaftliche Einflussfaktoren.....	103
4.3 Kommunikationstechnologische Einflussfaktoren	106

4.3.1	Substitution durch alternative Informations- und Kommunikationsmöglichkeiten.....	107
4.3.2	Stimulierung durch Informations- und Kommunikationstechnologien	113
4.3.3	Modifikation durch Informations- und Kommunikationstechnologien	115
5	Volumen, Reiseziele und ökonomische Bedeutung.....	123
5.1	Entwicklung des internationalen Geschäftsreiseverkehrs	123
5.2	Quellmarkt Deutschland.....	126
5.3	Räumliche Verteilung der Geschäftsreiseziele.....	133
5.4	Wirtschaftliche Bedeutung in Deutschland und ausgewählten Bundesländern.....	139
6	Hauptanlässe	145
6.1	Klassische Geschäftsreisen.....	146
6.2	Geschäftsreisen zu Meetings, Kongressen, Tagungen, Konferenzen, Seminaren.....	151
6.2.1	Externe Meetings.....	151
6.2.2	Grundtypen.....	156
6.2.3	Corporate und Association Meetings	163
6.2.4	Ausgewählte Marktdaten	168
6.2.5	Veranstaltungsstätten.....	180
6.3	Messe- und Ausstellungsreisen.....	191
6.3.1	Begriffsbestimmungen und Charakteristika	191
6.3.2	Funktionen.....	197
6.3.3	Messtypen.....	204
6.3.4	Ausgewählte Marktdaten	210
6.3.5	Ausblick.....	222
6.4	Incentive-Reisen	223
6.4.1	Definition und Charakteristik	223

6.4.2	Zuordnung und unternehmerische Zielsetzungen	226
6.4.3	Reisegestaltung und Reiseziele	229
6.4.4	Wirkungen	232
6.5	Corporate Hospitality	239
6.5.1	Definition und Akteure	239
6.5.2	Ziele und Wirkungen	244
6.5.3	Merkmale	247
6.6	MICE & Co. – zur Verwendung von Akronymen	251
7	Typologie der Geschäftsreisenden	257
7.1	Relevanz und Ansätze	257
7.2	Verhaltenstypen	261
7.2.1	Typ V1: Training Travellers	265
7.2.2	Typ V2: Convention Travellers	266
7.2.3	Typ V3: Various Trips, Occasional	267
7.2.4	Typ V4: Various Trips, Medium Frequency	268
7.2.5	Typ V5: Various Trips, (Very) High Frequency	268
7.3	Benefittypen	269
7.3.1	Typ B1: High Requirement Level	272
7.3.2	Typ B2: Mixed Non-cost	273
7.3.3	Typ B3: Mixed and Cost	274
7.3.4	Typ B4: Private and Sustainability	275
7.3.5	Typ B5: „Whatever“-Typen	275
7.4	Vorteile und Grenzen	276
8	Geschäftsreisen und ökologische Nachhaltigkeit	279
8.1	Ökologische Effekte	279
8.2	Maßnahmen zur Verbesserung der ökologischen Nachhaltigkeit	284

9	Negative Auswirkungen für den Geschäftsreisenden.....	291
9.1	Mobilität und Gesundheit.....	291
9.2	Determinanten der gesundheitlichen Beeinflussung durch Geschäftsreisen	292
9.2.1	Mobilitätsintensität und -bedingungen	292
9.2.2	Arbeitsdichte	294
9.2.3	Arbeitsbedingungen.....	295
9.2.4	Kontrolle.....	297
9.2.5	Soziodemografische und soziale Rahmenbedingungen	298
9.2.6	Erschwerte Lebensbedingungen und eigene Persönlichkeit.....	299
9.3	Belastungsarten	300
9.3.1	Soziale und psychische Belastungen.....	300
9.3.2	Körperliche Belastungen.....	305
9.4	Ansätze zur Verminderung der Belastungen	306
10	Bleisure: Kombination von Geschäfts- und Privatreisen	313
10.1	Das Bleisure-Phänomen.....	313
10.2	Bleisure-Reisende	318
10.2.1	Extenders.....	322
10.2.2	Friends and Relative Travellers	324
10.2.3	Spezialfall: Returners.....	324
10.3	Bleisure-Destinationen.....	327
	Literaturverzeichnis.....	333
	Stichwortverzeichnis	381

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Prinzip der Time-Space-Compression nach Harvey (1990)	20
Abb. 2:	Verkehrsleistung im Personenverkehr in Deutschland (Personenkilometer in Mrd.).....	21
Abb. 3:	Mobilitätsrelevante Erreichbarkeits- und Entgrenzungsprozesse.....	24
Abb. 4:	Beispiele für zirkuläre und residenzielle Mobilitätsformen.....	26
Abb. 5:	Ausprägungen arbeitsbezogener Mobilität.....	29
Abb. 6:	Basismodell der touristischen Reise nach Leiper (1979)	34
Abb. 7:	Umgangssprachliche und akademische Definition des Tourismus	36
Abb. 8:	Geschäfts- und Privatreisen und deren Mischformen.....	39
Abb. 9:	Verkehrsmittelnutzung der Geschäftsreisenden nach Reisedauer	53
Abb. 10:	Informationsquellen der Geschäftsreisenden für Anreise und Unterkunft	55
Abb. 11:	Profile der Ausgaben von geschäftlichen und privaten Übernachtungsgästen in der Destination.....	59
Abb. 12:	Anteile verschiedener Unterkunfts-kategorien an den Übernachtungen durch inländische Geschäftsreisen.....	60
Abb. 13:	Saisonalität von innerdeutschen Geschäftsreisen, Urlaubsreisen und Verwandten- und Bekanntenbesuche mit Übernachtung (in Mio.).....	61
Abb. 14:	Saisonale Verteilung der Tagesausflüge und Tagesgeschäftsreisen (in % der Gesamtsumme).....	62
Abb. 15:	Verteilung von geschäftlichen und privaten Übernachtungen auf Werktag und Wochenenden	63
Abb. 16:	Verteilung von Tagesausflügen und Tagesgeschäftsreisen auf Werktag und Wochenenden	64
Abb. 17:	Verteilung der Tagesgeschäftsreisen auf die Wochentage	65
Abb. 18:	Wichtigkeit zentraler Ansprüche der Geschäftsreisenden	69
Abb. 19:	Funktionen und Nutzen von Geschäftsreisen für Unternehmen...	73
Abb. 20:	Stellenwert der Geschäftsreisen im Arbeitsalltag	75
Abb. 21:	Funktionen und Nutzen von Geschäftsreisen für den Reisenden.....	82
Abb. 22:	Direkte, indirekte und induzierte regionalökonomische Effekte der Ausgaben der Geschäftsreisenden	86

Abb. 23:	Beispiel für einen positiven Wirkungskreislauf durch intangible Effekte in der Destination.....	94
Abb. 24:	Regionalökonomische Nutzeneffekte durch Geschäftsreisen in der Destination	97
Abb. 25:	Gesamtausgaben für Geschäftsreisen und deutsches Bruttoinlandsprodukt	99
Abb. 26:	Rechtliche Rahmenbedingungen internationaler Mobilität.....	104
Abb. 27:	Entwicklung inländischer Tagesgeschäftsreisen (ab 50 km; in Mio.)	108
Abb. 28:	Digitale Kommunikationsmittel und Geschäftsreishäufigkeit ...	109
Abb. 29:	Zustimmung zu den Auswirkungen von digitalen Kommunikationsmitteln auf Geschäftsreisen (Top-Two-Anteile).....	110
Abb. 30:	Nutzung und beabsichtigte zukünftige Nutzung digitaler Dienste durch Geschäftsreisende 2017.....	119
Abb. 31:	Nutzung digitaler Dienste durch Vielreisende und jüngere Geschäftsreisende (Top-Two-Anteil).....	120
Abb. 32:	Spill-over-Effekte bei der Nutzung digitaler Technologien in verschiedenen Lebensbereichen.....	121
Abb. 33:	Entwicklung der internationalen Ankünfte im Rahmen von Übernachtungsreisen.....	124
Abb. 34:	Entwicklung der Gesamtzahl der Geschäftsreisen und der Gesamtausgaben für Geschäftsreisen (Unternehmen) (gemäß VDR-Geschäftsreiseanalysen).....	127
Abb. 35:	Entwicklung der Anzahl der Geschäftsreisenden (gemäß VDR-Geschäftsreiseanalysen).....	128
Abb. 36:	Entwicklung der Relation von Tages- und Übernachtungsgeschäftsreisen (ab 50 km)	128
Abb. 37:	Heterogenität der Reishäufigkeiten bei Übernachtungsgeschäftsreisenden	129
Abb. 38:	Inzidenz, durchschnittliche Häufigkeit und Reisevolumen unterschiedlicher Geschäftsreisearten.....	131
Abb. 39:	Reiseziele deutscher Geschäftsreisender im Ausland	134
Abb. 40:	Marktanteile der deutschen Reisegebiete an geschäftstouristischen Aufenthaltstagen	135
Abb. 41:	Entwicklung der Marktanteile der Bundesländer an den innerdeutschen geschäftlichen Übernachtungen	137
Abb. 42:	Entwicklung der Marktanteile der Bundesländer an innerdeutschen Tagesgeschäftsreisen	138
Abb. 43:	Anteile privater und geschäftlicher Reisen an den touristischen Ausgabenkategorien	140

Abb. 44:	Ausgaben der Geschäftsreisenden nach Ausgabenkategorien.....	141
Abb. 45:	Anteile von innerdeutschen und Incoming-Geschäftsreisen an den touristischen Ausgabekategorien.....	142
Abb. 46:	Anteile von geschäftlichen Übernachtungs- und Tagesreisen an den touristischen Ausgabenkategorien der Geschäftsreisenden .	143
Abb. 47:	Geschäftsreisearten nach Reiseanlass.....	146
Abb. 48:	Teilbereiche des Marktes für klassische Geschäftsreisen.....	148
Abb. 49:	Beispiele für Kurz- und Langzeitwirkungen von Meeting- Veranstaltungen	153
Abb. 50:	Meetingarten nach Initiator	163
Abb. 51:	Entwicklung der weltweiten Anzahl von internationalen Association Meetings	170
Abb. 52:	Zeitlicher Turnus internationaler Association Meetings	171
Abb. 53:	Sektorale Schwerpunkte internationaler Association Meetings (weltweit).....	172
Abb. 54:	Entwicklung der Marktanteile unterschiedlicher Weltregionen bei internationalen Association Meetings	173
Abb. 55:	Top-12-Staaten nach Anzahl der internationaler Meetings 2018 (inkl. Teilnehmerzahlen)	174
Abb. 56:	Entwicklung der Anzahl internationaler Association Meetings in Deutschland	175
Abb. 57:	Entwicklung der Teilnehmerzahlen und Veranstaltungen in Deutschland	177
Abb. 58:	Wichtigste Wirtschaftsbranchen bei unternehmerischen Veranstaltungen in Deutschland	178
Abb. 59:	Entwicklung der Anzahl von Kongressen, Tagungen und Seminaren in Deutschland	179
Abb. 60:	Überblick zu den Akteuren auf dem Meeting-Markt	181
Abb. 61:	Überblick zur Struktur möglicher Veranstaltungsstätten	182
Abb. 62:	Entwicklung der Anteile von Veranstaltungsstättenarten bei internationalen Association Meetings	183
Abb. 63:	Entwicklung der Veranstaltungsstättenarten in Deutschland	184
Abb. 64:	Allgemeines Modell der Veranstaltungsstättenwahl nach Crouch und Ritchie (1997).....	186
Abb. 65:	Als Veranstaltungsdestination präferierte Top-5-Flächen- bundesländer und Top-10-Großstädte in Deutschland.....	190
Abb. 66:	Entwicklung der Anzahl internationaler/nationaler und regionaler Messen und Ausstellungen in Deutschland	216
Abb. 67:	Entwicklung der Ausstelleranzahl auf Messen und Ausstellungen in Deutschland	217

Abb. 68:	Entwicklung der Anzahl in- und ausländischer Aussteller auf internationalen/nationalen Messen und Ausstellungen in Deutschland	218
Abb. 69:	Entwicklung der Ausstellerstandflächen auf Messen und Ausstellungen in Deutschland.....	220
Abb. 70:	Entwicklung der Besucherzahl auf Messen und Ausstellungen in Deutschland.....	221
Abb. 71:	Beliebte Destinationen für Incentive-Reisen.....	231
Abb. 72:	Teilnehmererwartungen an Incentive-Reisen.....	233
Abb. 73:	Beziehungsgefüge des Corporate Hospitality	241
Abb. 74:	Theoretisches Wirkungsmodell von Corporate Hospitality	245
Abb. 75:	Segmentierungsansätze.....	261
Abb. 76:	Geschäftsreisearten nach Intensität und Marktanteil an Reisen .	262
Abb. 77:	Verhaltenstypen deutscher Geschäftsreisender (Kernsegmente der verhaltensbasierten Geschäftsreisenden-Segmentierung)	263
Abb. 78:	Benefittypen deutscher Geschäftsreisender (Benefitsegmentierung im Geschäftsreisemarkt)	271
Abb. 79:	Wirkungsbeziehungen zwischen Geschäftsreisen und Umwelt ..	281
Abb. 80:	Wichtigkeit von Umwelt- und Sozialverträglichkeit (Nachhaltigkeit) für Geschäftsreisende	283
Abb. 81:	Einschätzung der zukünftigen Bedeutung von Green Meetings .	285
Abb. 82:	Nachhaltigkeitsstrategien von deutschen Unternehmen	286
Abb. 83:	Unterschiedliche Phasen der Geschäftsreise mit Belastungsbeispielen.....	301
Abb. 84:	Stressempfinden bei Geschäftsreisen.....	302
Abb. 85:	Zusammenhang zwischen Work-Life-Balance, Arbeitsleistung und Unternehmenserfolg	304
Abb. 86:	Gestaltungsbereiche zur Verminderung von Belastungen.....	310
Abb. 87:	Schnittmengen zwischen Geschäfts- und Privatreisen/Freizeit...	314
Abb. 88:	Geschäftlich induzierte Privatreisen	316
Abb. 89:	Aktivitäten von Geschäfts- und Privatreisenden in Sachsen-Anhalt	317
Abb. 90:	Möglichkeiten der Verbindung von Geschäftsreise und Freizeit	320
Abb. 91:	<i>Returns</i> : Privater Wiederbesuch des geschäftlichen Reiseziels .	321
Abb. 92:	Faktoren für den Entscheidungsprozess zur privaten Verlängerung einer Geschäftsreise.....	327
Abb. 93:	Nachfrageseitige Eignungseinschätzung ausgewählter deutscher Reiseziele für Bleisure-Reisen (Top-Two-Anteile).....	328
Abb. 94:	Eignung ausgewählter deutscher Reiseziele als Geschäftsreise und Bleisure-Destination	330

Tabellenverzeichnis

Tab. 1:	Tendenzen der Pendlermobilität in Deutschland.....	27
Tab. 2:	Beispiele für touristische und nicht-touristische Reisen mit privaten und berufsbedingten Anlässen	35
Tab. 3:	Studiensteckbrief VDR-Geschäftsreiseanalyse	41
Tab. 4:	Studiensteckbrief Chefsache Business Travel.....	42
Tab. 5:	Studiensteckbrief GfK DestinationMonitor Deutschland.....	43
Tab. 6:	Studiensteckbrief Meeting- & EventBarometer Deutschland.....	44
Tab. 7:	Studiensteckbrief World Travel Monitor.....	45
Tab. 8:	Tagespersonenausgaben bei Übernachtungsreisen nach Reiseanlass	58
Tab. 9:	Ausgewählte Unterschiede zwischen Geschäfts- und Urlaubsreisen	66
Tab. 10:	Beispiele für reiserelevante Sicherheitsaspekte (Safety und Security)	105
Tab. 11:	Vor- und Nachteile der Substitution von Geschäftsreisen durch digitale Informations- und Kommunikationstechniken.....	112
Tab. 12:	Geschäftsreisende nach Reishäufigkeit	130
Tab. 13:	Touristischer Konsum durch Geschäftsreisen in ausgewählten Bundesländern.....	144
Tab. 14:	Beispiele für geschäftliche und nicht-geschäftliche Meetings und Events	155
Tab. 15:	Beispiele für touristische und nicht-touristische Teilnahmen an Teilnahmen an Meeting-Veranstaltungen	155
Tab. 16:	Grundtypen des Kongress- und Tagungsmarktes.....	162
Tab. 17:	Ausgewählte Unterschiede zwischen Corporate und Association Meetings	168
Tab. 18:	Top-10-Städte nach Anzahl internationaler Association Meetings 2017.....	176
Tab. 19:	Nachfragesituation auf dem deutschen Veranstaltungsmarkt 2018.....	180
Tab. 20:	Begriffliche Abgrenzung von Messen und Ausstellungen gemäß Gewerbeordnung und AUMA-Konvention.....	193
Tab. 21:	Beispiele für geschäftliche und nicht-geschäftliche sowie touristische und nicht-touristische Teilnahmen an Messen und Ausstellungen	196
Tab. 22:	Funktionen von Messen und Ausstellungen	199

Tab. 23: Bedeutung einzelner Ziele einer Messebeteiligung für deutsche, ausstellende Unternehmen.....	203
Tab. 24: Merkmale zur Kategorisierung von Messen und zugehörige Messetypen.....	206
Tab. 25: Erfasste Messe- und Ausstellungstypen in den UFI-Statistiken	210
Tab. 26: Umsätze deutscher Messegesellschaften.....	213
Tab. 27: Ausstellungskapazitäten auf deutschen Messegeländen	214
Tab. 28: Einordnung der Incentive-Reisen	227
Tab. 29: Akronyme des Geschäftsreisemarktes.....	253
Tab. 30: Eventtypen.....	255
Tab. 31: Verhaltenstypen bei deutschen Geschäftsreisenden	264
Tab. 32: Benefittypen bei deutschen Geschäftsreisenden	270
Tab. 33: Gesundheitliche Gefährdungen und Ressourcen mobiler Arbeit	307
Tab. 34: Beispiele für Maßnahmen zum gesundheitsgerechten mobilen Arbeiten.....	308
Tab. 35: Für die Work-Life-Balance wichtige Ressourcen	311
Tab. 36: Deutsche Bleisure-Reisende	322
Tab. 37: Beschreibung der Bleisure-Reisenden	326
Tab. 38: Von <i>Returns</i> besuchte Ziele.....	331

1 Einführung: Mobilität, Arbeit und Geschäftsreisen

1.1 Arbeit und Mobilität

Eine Reihe von technischen Neuerungen, der stetige Ausbau von Infrastrukturen sowie gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklungen eröffneten im letzten Jahrhundert breiten Bevölkerungsschichten neue Optionen räumlicher Mobilität. Eine hohe individuelle Mobilität wurde ebenso möglich, wie sie teilweise notwendig wurde. Zudem führten Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien zur Verminderung der Transaktionskosten beim Gütertausch. Insgesamt verminderte sich (mittels dieser „Revolutionen der Erreichbarkeit“)² die Bedeutung der räumlichen Entfernung zwischen verschiedenen Standorten. Diese Prozesse sind gegenwärtig weiterhin im Gange. Es kommt zu einer erleichterten „Überwindung der Distanz“³ („Death of Distance“)⁴, Globalisierungstendenzen werden vereinfacht und berufliche Mobilität wird zu einem Kennzeichen der Produktionsprozesse in einer wissensbasierten Ökonomie.⁵ Die „Schrumpfung des Raumes“ (siehe Abb. 1) sowie der **Anstieg räumlicher Mobilität** (siehe Abb. 2) gelten dabei als Charakteristika der Moderne.⁶

Für viele Erwerbstätige der Gegenwart gehört räumliche Mobilität mittlerweile zum beruflichen Alltag.⁷ Verknüpfungen zwischen Arbeit und räumlicher Mobilität sind allerdings kein neues Phänomen. So müssen bestimmte Berufsgruppen wie z. B. Handelsvertreter, Außendienstmitarbeiter oder Monteure zur Ausübung ihrer Tätigkeit seit jeher mobil sein.

² Schönduwe 2017, S. 32.

³ Kaschuba 2004.

⁴ Cairncross 2001.

⁵ vgl. Beaverstock et al. 2010, S. 2.

⁶ vgl. Harvey 1990, S. 260f; Giddens 1991; Lash und Urry 1994; Cresswell 2006; Sheller und Urry 2006; Bonß und Kesselring 2009. Rammner (2001, S. 33) schreibt über eine „Wahlverwandtschaft von Moderne und Mobilität“.

⁷ vgl. z. B. Beaverstock et al. 2009, S. 193; Kesselring und Vogl 2010a, S. 23; Hupfeld et al. 2013, S. 8.

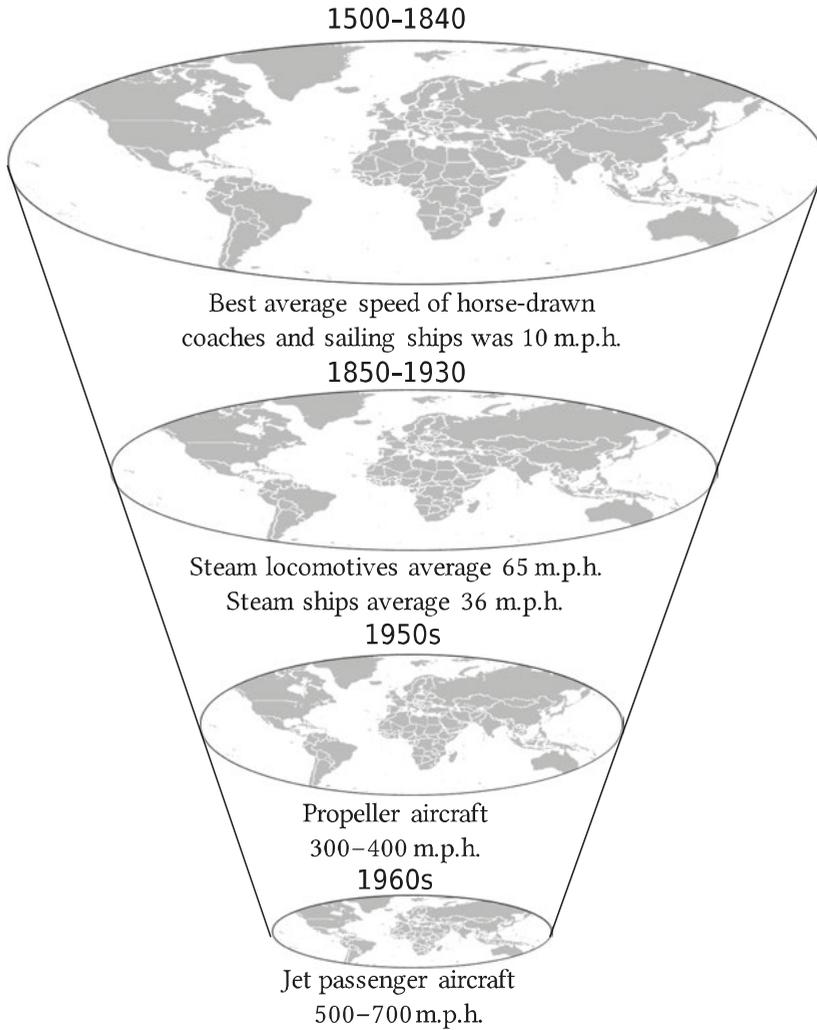


Abb. 1: Prinzip der Time-Space-Compression nach Harvey (1990)⁸

⁸ Quelle: Eigene Darstellung nach Harvey 1990, S. 241.

Bereits lange vor der Antike nahmen Reisende große Risiken (z. B. Raub, Überfälle) und zahlreiche Unannehmlichkeiten (z. B. unberechenbares Wetter, schlechte Wege) während des Reisens auf sich, um Handel zu treiben, neue Märkte zu erschließen oder neue Produkte für den Heimatmarkt zu entdecken.⁹

Geschäftliche Motive ziehen seit jeher räumliche Mobilität nach sich.¹⁰ Die Mobilität der Gegenwart unterscheidet sich jedoch in mehrerer Hinsicht:¹¹

- Basierend auf **veränderten Ursachen** und
- in einem unvergleichlich **höheren Ausmaß**
- bildet sie eine deutlich **ausdifferenzierte Formenvielfalt** aus und
- erfährt zudem eine veränderte **gesellschaftliche Bewertung**.

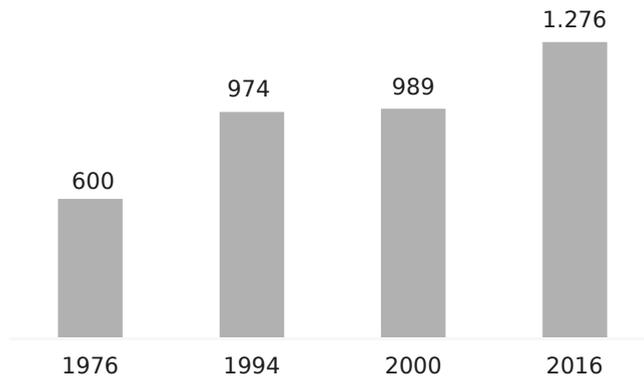


Abb. 2: Verkehrsleistung im Personenverkehr in Deutschland (Personenkilometer in Mrd.)¹²

Die technischen Entwicklungen im Beförderungsbereich und die daraus resultierende erhöhte Geschwindigkeit der Raumüberwindung erleichtern Mobilität und weiten potenzielle Reichweiten und Aktionsräume deutlich

⁹ vgl. Holloway und Humphreys 2016, S. 319; Beaverstock und Budd 2013, S. 1; Limmer 2005, S. 97.

¹⁰ Bereits im Kommunistischen Manifest von 1848 wird auf das Streben nach neuen Absatzmärkten als ein Grund der erwerbsbedingten Mobilität (als Anlass für Reisen der Bourgeoisie) hingewiesen. Auch Kesselring und Vogl (2010a, S. 23) weisen auf die hohe Bedeutung der Reisen für die ständige Erschließung neuer Märkte hin, die als ein Mittel zur Expansion im Rahmen ökonomisch-kapitalistischer Aktivitäten angestrebt werden.

¹¹ vgl. Schneider et al. 2016, S. 501f und Schneider und Ruppenthal 2014, S. 81.

¹² Quelle: Eigene Darstellung auf Datenbasis von Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur 2018, S. 225.

aus. Die mit der Berufsausübung in Zusammenhang stehende Mobilität hat im späten zwanzigsten und frühen einundzwanzigsten Jahrhundert so erheblich zugenommen, dass sie mittlerweile für mehr und mehr Berufstätige gewöhnlicher Bestandteil ihrer Tätigkeit ist.¹³ Kesselring und Vogl (2010) sprechen von einer „Normalisierung von Mobilität“.¹⁴ Dies gilt zwar nach wie vor, aber eben nicht mehr ausschließlich insbesondere für Belegschaftsteile transnationaler Unternehmen,¹⁵ sondern auch für eine Vielzahl unterschiedlicher Berufsgruppen und für Beschäftigte verschiedener Hierarchieebenen.¹⁶ Hauptsächliche Ursachen hierfür sind die wirtschaftliche **Globalisierung** im Sinne einer vielfältigen Ausdehnung internationaler Produktions-, Handels- und Absatzbeziehungen sowie die damit einhergehende Ausdehnung von Wertschöpfungsketten.¹⁷ Die Globalisierung bewegt die Menschen.

Gleichzeitig werden diese Entwicklungen durch die Fortschritte in der digitalen **Informations- und Kommunikationstechnologie** gefördert. So ermöglichen mobile Endgeräte, die eine mit stationären Computern gleichwertige Leistungsfähigkeit aufweisen, sowie die nahezu zeitlich und räumlich unbegrenzten Kommunikationsmöglichkeiten mittels eines fast ubiquitären Internets eine ortsungebundene gleichartige Qualität vieler Arbeitsschritte – ganz unabhängig davon, ob sie inner- oder außerhalb von Betriebsstätten erfolgen.¹⁸ Die Reisetätigkeit stellt immer weniger ein Produktivitätshindernis dar.¹⁹ Nicht nur die Erwerbstätigen, sondern auch ihre Arbeit ist häufig mobil.²⁰ Die Arbeitsleistung wird „enträumlicht“: Sie kann ohne lokalen Bezug von unterwegs bzw. an einem beliebigen Ort erbracht werden. Von der Annahme ausgehend, dass der Strukturwandel in Richtung Wissensgesellschaft anhalten wird und vor dem Hintergrund weiterer technologischer Entwicklungen, die das mobile Arbeiten zunehmend erleichtern, kann damit gerechnet werden, dass die Anzahl ortsunabhängig verrichtbarer Tätigkeiten weiter ansteigen wird.²¹

Viele Unternehmen können dabei als ein organisatorisch und räumlich agierendes Netzwerk angesehen werden, dessen Produktivität über mehr

¹³ vgl. Vogl et al. 2014, S. 2 in Verbindung mit Nies et al. 2015, S. 4.

¹⁴ Kesselring und Vogl (2010a, S. 16): „Mobile work is nothing out of the ordinary any more.“ Kesselring und Vogl 2010c, S. 147.

¹⁵ vgl. z. B. Beaverstock und Faulconbridge 2010, S. 58f.

¹⁶ vgl. Schneider und Ruppenthal 2014, S. 81; Hupfeld et al. 2013, S. 15; Schier 2009, S. 57.

¹⁷ vgl. Holloway und Humphreys 2016, S. 319, Nies et al. 2015, S. 4. Sennett (2007, S. 589) geht davon aus, dass der moderne Kapitalismus nicht ohne physische Mobilität denkbar sei.

¹⁸ vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2015a, S. 2.

¹⁹ vgl. Holley et al. 2008, S. 43.

²⁰ vgl. Nies et al. 2015, S. 8.

²¹ vgl. Schulze et al. 2014, S. 5.

oder weniger große Entfernungen hinweg aufrechterhalten werden muss. Erschwert wird dies durch Prozesse und Entwicklungen wie Outsourcing, Offshoring und die Internationalisierung von Produktion oder Handels- und Absatzräumen.²² Für die einzelnen Unternehmen bedeutet dies, dass sie sowohl physisch als auch sozial beweglich sein müssen, um ökonomisch funktions- und leistungsfähig zu sein. Dabei stellen die Reisen der Beschäftigten innerhalb der Betriebstätigkeit des Unternehmens einen grundlegenden Bestandteil dar, um den notwendigen Austausch von Ressourcen, Arbeitskraft, Wissen, Ideen, Energie, Gütern und Geld gewährleisten zu können.²³ Die Reisen der Beschäftigten eines Unternehmens sind vielfach unverzichtbares Element der betrieblichen Leistungserstellung.

Die Globalisierung führt in Verbindung mit den technologischen Neuerungen im Informations- und Kommunikationsbereich zu arbeitsmarktbezogenen Umstrukturierungsprozessen, die nicht nur das Unternehmen als Ganzes betreffen, sondern die in Bezug auf die Mobilität auch neue Ansprüche an die einzelnen Beschäftigten entstehen lassen.²⁴ Bspw. resultieren daraus eine Erweiterung der für die Karriere notwendigen räumlichen Aktionsbereiche (bis hin zur Zunahme internationaler Mobilität) und eine Entgrenzung (im Sinne einer weniger klaren Trennung) und Neuordnung von beruflichen und privaten Sphären: Neben einer **räumlichen** Entkopplung bzw. **Entgrenzung** der Arbeit vom (ursprünglich) regulären Arbeitsplatz insbesondere in Form des mobilen Arbeitens kann eine **zeitliche Entgrenzung** mittels der Arbeit außerhalb der (ursprünglich) regulären Arbeitszeit festgestellt werden.²⁵ In Verbindung mit der Kostenreduktion zur Raumüberwindung lassen die Entgrenzungsprozesse vermehrt hochmobile, distanzintensive Lebensformen (mit beruflicher und privater Multilokalität, z. B. Fernpendler, Fernbeziehungen, Saisonarbeiter, Jobnomaden) entstehen.²⁶ „In der globalisierten Gesellschaft der Gegenwart hat sich Bewegung zum Zustand und Beweglichkeit zum Imperativ entwickelt.“²⁷

²² vgl. Kesselring und Vogl 2010a, S. 29; Nies et al. 2015, S. 4.

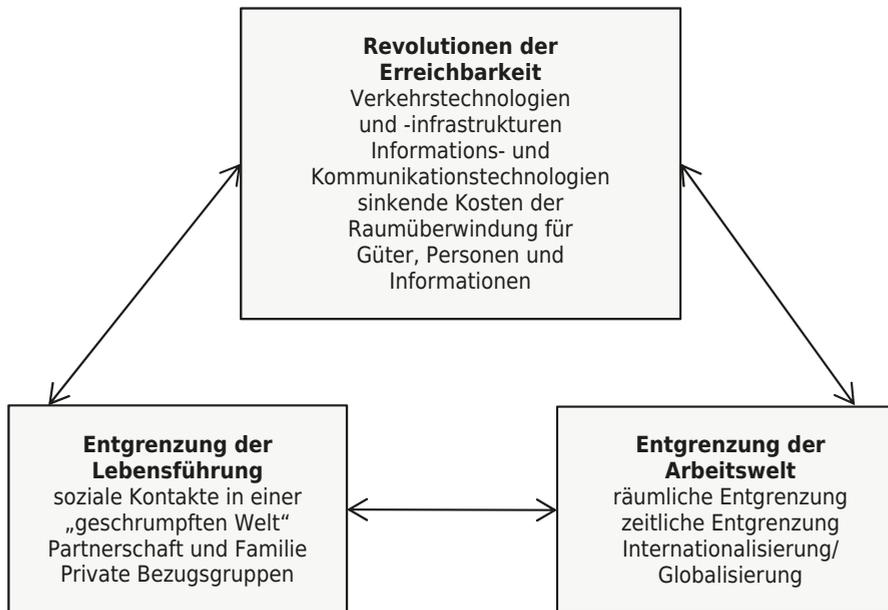
²³ vgl. Kesselring 2015, S. 573 sowie Kesselring 2012, S. 85.

²⁴ vgl. Wheatley et al. 2008, S. 227f.

²⁵ vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2015b, S. 5.

²⁶ vgl. Limmer und Schneider 2008, S. 31ff; Schönduwe 2017, S. 77f.

²⁷ Schneider 2004, S. 25.

Abb. 3: Mobilitätsrelevante Erreichbarkeits- und Entgrenzungsprozesse²⁸

1.2 Geschäftsreisen als Form arbeitsbezogener Mobilität

Die Ansprüche an die Erwerbstätigen in Deutschland hinsichtlich der Mobilität „rund um die Arbeit“ – die im Folgenden als **arbeitsbezogene Mobilität** bezeichnet werden soll – haben deutlich zugenommen.²⁹ Allerdings fallen die Mobilitätsanforderungen je nach Beruf und Lebenssituation in Bezug auf Anlässe, Formen, Dauer und zurückzulegende Entfernungen sehr unterschiedlich aus.³⁰ Die Folge ist eine große Vielfalt unterschiedlicher Formen gegenwärtiger Mobilität mit der Tendenz zur weiteren Differenzierung.³¹

Um die vielfältigen Formen der räumlichen Mobilität transparenter zu machen, bieten sich Kategorisierungen an. Als zentrales Kriterium gilt dabei

²⁸ Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Schönduwe 2017, S. 78; wesentlich verändert, gekürzt und ergänzt.

²⁹ vgl. Schneider et al. 2014, S. 158; Limmer 2005, S. 97.

³⁰ vgl. Ducki 2010, S. 61.

³¹ vgl. Schneider und Ruppenthal 2014, S. 81.

die **Permanenz der Mobilität**, welche die Mobilitätsformen in zwei Kategorien differenziert:³² residenzielle und zirkuläre Mobilität (siehe auch Abb. 4).

Residenzielle Mobilitätsformen erfolgen punktuell und beinhalten einen Umzug an einen anderen Ort.³³ Sie gehen einher mit einem Wohnsitzwechsel im Sinne eines singulären (Reise-)Ereignisses, das zu einer permanenten Verlagerung des standortdefinierten Lebensmittelpunktes führt. Beruflich veranlasste residenzielle Mobilität liegt z. B. bei einem Umzug an einen neuen Wohnort aufgrund einer betrieblichen Standortverlagerung oder eines Arbeitgeberwechsels vor. Auch längere Auslandsentsendungen durch den Arbeitgeber gehören zu dieser Kategorie.³⁴

Der größere Teil der arbeitsbezogenen Mobilität ist allerdings auf **zirkuläre** Formen zurückzuführen.³⁵ Die zirkuläre Mobilität ist dabei breit gefächert und umfasst alle Bewegungen zwischen Wohn- und Arbeitsort sowie zwischen unterschiedlichen Arbeitsorten.³⁶ Dabei kann es sich ebenso um Pendeln, Geschäftsreisen oder auch Fahrten für Montagearbeiten handeln. Die zirkulären Mobilitätsformen können differenziert werden, je nachdem ob die Reise mit Übernachtung verbunden ist oder nicht. Hierbei können bspw. tägliche Pendlerfahrten (unabhängig von der Entfernung), Tagesgeschäftsreisen sowie Kurier- und Zustelldienste als typisch zirkuläre Mobilität ohne Übernachtung angeführt werden. Beispiele zirkulärer Mobilität, die mit auswärtigen Übernachtungen verbunden sind, sind das Wochenendpendeln, der mehrtägige Besuch einer Messe oder Ausstellung und Tätigkeiten von Fernfahrern und Langstrecken-Flugbegleitern.³⁷

³² vgl. Bähr 1997, S. 278; Schneider 2004, S. 21; Hupfeld et al. 2013, S. 8; Schneider et al. 2014, S. 158; Ducki und Nguyen 2016, S. 12.

³³ vgl. Williams und Hall 2002, S. 5f; Ducki 2010, S. 62; Hupfeld et al. 2013, S. 8; Schneider et al. 2014, S. 159; Ducki und Nguyen 2016, S. 12.

³⁴ vgl. Schneider et al. 2014, S. 158.

³⁵ vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 13; Schneider et al. 2014, S. 158. Ruppenthal (2010, S. 4) führt (für das Jahr 2008) an, dass 68% der Erwerbstätigen in Deutschland zirkulär mobil sind.

³⁶ vgl. Ducki 2010, S. 62.

³⁷ vgl. Bell und Ward 2000, S. 101 und Schneider et al. 2014, S. 158.

		Mobilitätsanlass					
		investiv produktionsbedingt		konsumtiv konsumbedingt			
Zeit	permanent residenziell		beruflich bedingte Wohnsitzverlegung längere Auslandsentsendungen		privat bedingte Wohnsitzverlegung		
	temporär zirkulär	mit Übermach- tung(en)	Mobilitätsdienstleistungen	Wechselnde Einsatzorte	Geschäftsreisen	Wochenend- pendler Saisonarbeit	Urlaubsreisen
		täglich				Tagespendler	Einkäufe des täglichen Bedarfs Tagesausflüge

Abb. 4: Beispiele für zirkuläre und residenzielle Mobilitätsformen³⁸

Die arbeitsbezogenen Mobilitätsformen können weitergehend differenziert werden, je nachdem, ob es sich um Mobilität *zur* Arbeit oder *innerhalb* der Arbeitstätigkeit handelt.³⁹

Bei der **Mobilität zur Arbeit** handelt es sich um **berufsassozierte** Mobilität, die dazu dient, die räumliche Distanz zwischen Wohn- und Arbeitsort zu überwinden, und der eigentlichen Arbeit vor- oder nachgelagert ist.⁴⁰ Als wohl prominenteste Art berufsassoziierter Mobilität kann das Pendeln gelten: Es handelt sich um eine zirkuläre, ständig wiederkehrende Reiseform zur „Bewältigung des Weges zum bzw. vom stationären Arbeitsplatz.“⁴¹

Wie das Pendeln im Einzelfall ausgestaltet wird, verbleibt in der Verantwortung des einzelnen Reisenden und entzieht sich somit i. d. R. einer Einflussnahme durch das Unternehmen. Die gewählte Pendeldauer und der gewählte Pendelrhythmus werden dabei u. a. von den Wohnpräferenzen, der Erwerbstätigkeit des Lebenspartners und der Bindung an soziale Netzwerke

³⁸ Quelle: Eigene Darstellung in Anlehnung an Green und Canny 2003, S. 6 mit Bezug auf Bell 2001 und Bell 2002 sowie in Anlehnung an Bell und Ward 2000, S. 101; modifiziert und ergänzt.

³⁹ In Anlehnung an Nies et al. 2015, S. 5.

⁴⁰ vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und S. 16.

⁴¹ Hupfeld et al. 2013, S. 24.

am Wohnort mit bestimmt.⁴² Der Weg kann mithilfe von Verkehrsmitteln oder zu Fuß zurückgelegt werden und es kann in Abhängigkeit von zurückzulegender Entfernung und genutzter Pendelfrequenz zwischen Nah- und Fernpendlern bzw. Tages- und Wochenendpendlern⁴³ unterschieden werden.⁴⁴

Parameter	Tendenz
Geschlecht	Frauen < Männer
Bildungsgrad	gering < hoch
Einkommen	gering < hoch
Gewerbe	Produzierendes Gewerbe < Dienstleistungsgewerbe
Entfernung	steigend; insbesondere Fernpendler zwischen Großstädten und bundeslandübergreifend
Dauer	steigend; insbesondere Fernpendler
Verkehrsmittel	öffentliche Verkehrsmittel < Auto (Selbstfahrer)
Einpendlerzahl	Westdeutschland > Ostdeutschland Stadtstaat > Flächenstaat Großstadt > ländlicher Raum

Tab. 1: Tendenzen der Pendlermobilität in Deutschland⁴⁵

Innerhalb Deutschlands steigen die Pendlerbewegungen.⁴⁶ Dabei verlängern sich offenbar auch die Pendlerdistanzen (siehe auch Tab. 1), wobei insbesondere Hochqualifizierte als Fernpendler identifiziert werden können.⁴⁷

Für die **berufsbedingte** Mobilität⁴⁸ – die räumliche **Mobilität in der Arbeit** – ist kennzeichnend, dass das Reisen Bestandteil der Arbeitsausübung

⁴² vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und 16f.

⁴³ Beim Fernpendeln dauert jeder Weg mindestens 45 Minuten (nach anderen Quellen 60 Minuten, vgl. z. B. Ruppenthal 2010, S. 3 und Schneider et al. 2014, S. 158) und es wird täglich oder an mindestens drei Tagen wöchentlich gependelt (vgl. Hupfeld et al. 2013, S. 24). Von Wochenpendeln wird gesprochen, wenn im wöchentlichen oder mehrwöchentlichen Abstand gependelt wird (vgl. Hupfeld et al. 2013, S. 30).

⁴⁴ vgl. Vogl et al. 2014, S. 2.

⁴⁵ Quelle: Eigene Darstellung nach Tendyck und Mess 2018, S. 45.

⁴⁶ vgl. Haas 2013, S. 257; Techniker Krankenkasse 2018, S. 5.

⁴⁷ vgl. Dauth und Haller 2018, S. 3 in Verbindung mit DGB 2016, S. 12; Haas und Hamann 2008, S. 5. Andererseits konnten Steinmann und Grobe (2018, S. 10) für den Zeitraum 2011 bis 2017 keinen Trend zu längeren Arbeitswegen belegen.

⁴⁸ Vogl et al. (2014, S. 4) verwenden „betriebliche Mobilität“. „Berufliche Mobilität“ bezieht sich hingegen auf Veränderungen in der Berufskarriere (Berufswechsel, Wechsel des Arbeitsplatzes u. ä.).“

ist bzw. unmittelbar für die Ausübung der Arbeitstätigkeit notwendig ist. Damit liegt die Gestaltung diesbezüglicher Mobilitätsbedingungen – z. B. im Gegensatz zum Pendeln – im Verantwortungsbereich des Unternehmens, welches bspw. hinsichtlich Häufigkeit und Rahmenbedingungen der Mobilität Richtlinien festlegen kann.⁴⁹ Im Rahmen der berufsbedingten Mobilität ist grundsätzlich zunächst zwischen Mobilitäten zu differenzieren, die **zentraler Bestandteil der Arbeitsleistung** sind, und solchen, die als **Mittel zum Zweck** gelten, um die eigentliche Arbeitsleistung erbringen zu können. Tätigkeiten, bei denen das Reisen als zentraler Bestandteil der Arbeit anzusehen ist, liegen i. d. R. bei Leistungen im Rahmen des Transport- und Verkehrswesens zur Raumüberwindung von Gütern oder Personen vor. Beispielhaft können Schiffs-, Zug- und Flugzeugbesatzungen, LKW-, Bus- und Taxifahrer sowie Kurier- und Zustelldienste angeführt werden. Hier von zu unterscheiden sind neben den Geschäftsreisen⁵⁰ zudem die Reisen von Beschäftigten, die zur Aufgabenerledigung an ständig wechselnden Einsatzorten notwendig sind. Zu dieser Gruppe gehören bspw. viele Berufe des Baugewerbes oder Monteure,⁵¹ aber auch ambulante Pflegedienste. Für all diese Berufe ist es kennzeichnend, dass der Einsatzort zwar ständig wechselt und die Beschäftigten hochmobil sind, die eigentliche Tätigkeit aber immobil, weil örtlich gebunden ist⁵² – so müssen Bauarbeiter zur Baustelle und ambulante Pflegekräfte zu den Pflegebedürftigen reisen, um der jeweiligen Tätigkeit nachkommen zu können. In Abb. 5 werden die unterschiedlichen Facetten arbeitsbezogener Mobilität zusammenfassend dargestellt.

⁴⁹ vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und 17.

⁵⁰ Der Begriff „Dienstreise“ wird als Synonym von „Geschäftsreise“ betrachtet.

⁵¹ Wienberg (1987, S. 13) z. B. zählt die Montagearbeiten hingegen zu den Geschäftsreisen.

⁵² vgl. Nies et al. 2015, S. 8.

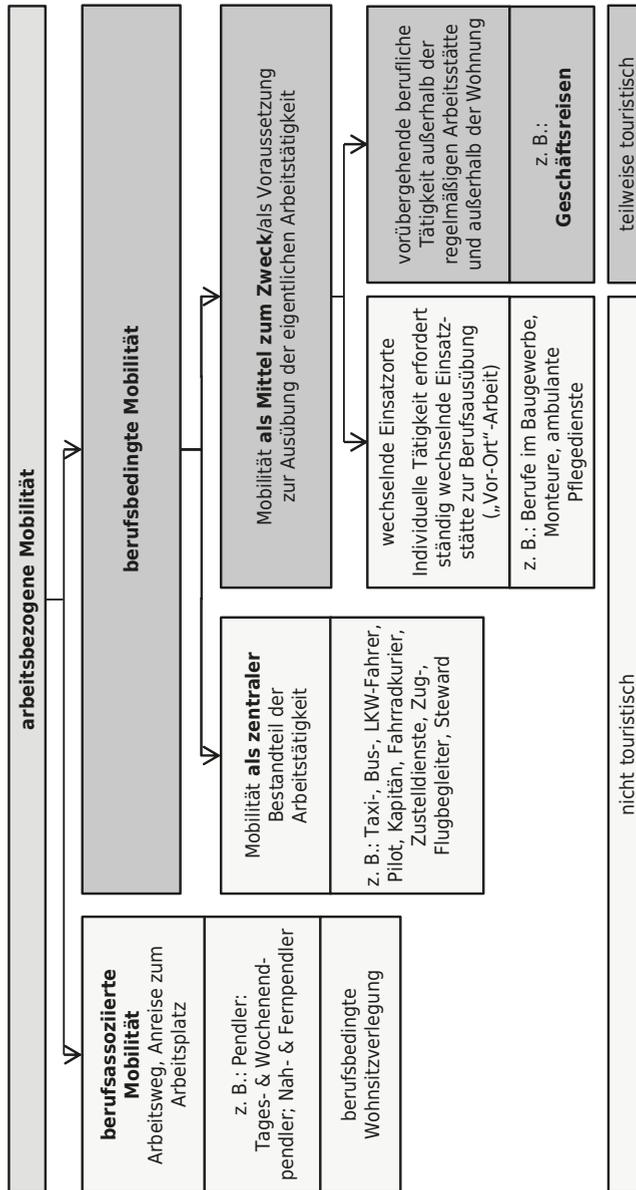


Abb. 5: Ausprägungen arbeitsbezogener Mobilität⁵³

⁵³ Quelle: Eigene Darstellung. Die dargestellten arbeitsbezogenen Mobilitätsformen können analog auf „ausbildungsbezogene“ Mobilitätsformen übertragen werden.

Die räumliche Ausdehnung des wirtschaftlichen Handelns und die Erhöhung der Verflechtungsintensitäten ökonomisch handelnder Personen und Institutionen fördern den Anstieg der unterschiedlichen Reisetätigkeiten arbeitsbezogener Mobilität. Die unabhängig vom Arbeitsweg konkreten berufsbedingten Reiseanlässe für die Beschäftigten umfassen dabei ein weites Feld und reichen z. B. von Montage- und Bauarbeiten sowie Mobilitätsdienstleistungen und Kundenbetreuung bzw. Kundenakquisition, über Projektmeetings bis hin zu Weiterbildungen, Ausstellungen oder Konferenzen.⁵⁴

Dabei scheint es, dass moderne Kommunikationstechnologien und der zunehmende Austausch virtueller Art manch eine Reise substituieren, die Notwendigkeit der räumlichen Mobilität während der Arbeit aber keinesfalls ablösen können.⁵⁵ Im Gegenteil: Die zunehmende Globalisierung scheint ein Bedürfnis nach Nähe und den unmittelbaren Austausch durch Face-to-Face-Kontakte zu befördern.⁵⁶ Urry (2003)⁵⁷ spricht in diesem Zusammenhang vom Phänomen des „**meetingness**“. Der persönliche Kontakt fördert offenkundig den Aufbau von Vertrauensbeziehungen, die wiederum für einen reibungslosen Ablauf der Austauschbeziehungen förderlich sind.⁵⁸

Bei der berufsbedingten Mobilität handelt es sich i. d. R. um eine „**verordnete Mobilität**“⁵⁹, die eine Verbindungsfunktion zwischen Unternehmen und Außenwelt⁶⁰ bzw. zwischen den einzelnen am wirtschaftlichen Netzwerk des Unternehmens beteiligten Institutionen erfüllt. Unter diesem Gesichtspunkt kann die berufsbedingte Mobilität entweder als **Grundvoraussetzung für die unternehmerische Leistungserbringung** gelten (z. B. bei Mobilitätsdienstleistungen und bei Tätigkeiten mit wechselnden Einsatzorten) und/oder als **Element zum Erhalt der Produktivität und der Wettbewerbsfähigkeit** des Unternehmens angesehen werden (z. B. bei Geschäftsreisen mit dem Ziel des Wissenstransfers und der Weiterbildung).

Für **Geschäftsreisen** können trotz der vielfältigen Erscheinungsformen und der vielen unterschiedlichen Ziele, die mit ihnen verfolgt werden, i. d. R. folgende **Merkmale** angeführt werden:⁶¹

⁵⁴ vgl. Krüger 2017, S. 30.

⁵⁵ vgl. DB Vertriebs GmbH 2015, S. 11.

⁵⁶ vgl. Faulconbridge und Beaverstock 2008, S. 87; Jones 2007, S. 223ff.

⁵⁷ Urry 2003, S. 155ff.

⁵⁸ vgl. Bergström 2010, S. 371.

⁵⁹ Nies et al. 2015, S. 4.

⁶⁰ vgl. Kesselring 2012, S. 85.

⁶¹ Siehe hierzu Aguilera 2006, S. 1111; Davidson und Cope 2003, S. 3; Espich 2001, S. 1; Hammer und Naumann 2006, S. 13; Garrod 2012, S. 20.

- Bei der Geschäftsreise ist der **Ortswechsel im Zusammenhang mit der Berufsausübung** notwendig.

Die Reise ist dabei i. d. R. Voraussetzung, um im konkreten Fall die berufliche Tätigkeit ausüben zu können. Geschäftsreisende verreisen zu Arbeitszwecken; wären sie nicht in dieser Position für dieses Unternehmen⁶² mit diesem Arbeitsauftrag tätig, würden sie diese Geschäftsreise nicht antreten.

- Bei der Geschäftsreise handelt es sich um eine **zirkuläre Mobilitätsform** aufgrund einer **vorübergehenden beruflichen Tätigkeit außerhalb der hauptsächlichlichen Arbeitsstätte** und außerhalb der Wohnung.

Reisen zu ständig wechselnden Einsatzorten, die im Rahmen der individuellen Tätigkeit zur Berufsausübung notwendig sind (z. B. bei Monteuren), zählen ebenso wenig zu den Geschäftsreisen wie das Pendeln zum Arbeitsort oder das Reisen im Rahmen von Mobilitätsdienstleistungen (z. B. Pilot, Zugbegleiter, Steward).

- Die Geschäftsreise kann als Element **zum Erhalt der Produktivität und der Wettbewerbsfähigkeit** des Unternehmens angesehen werden. In diesem Sinne dienen Geschäftsreisen zwar häufig der Bildung und Gestaltung von **Geschäftsbeziehungen**, umfassen jedoch ebenso Reisen zur **Weiterbildung** oder **Motivationsförderung**. Bei vielen Geschäftsreisen kommt es somit (zeitlich und räumlich) zur **unmittelbaren Begegnung von Menschen im beruflichen Umfeld**.

- Die für die Geschäftsreise anfallenden, **steuerlich absetzbaren Kosten** werden i. d. R. nicht durch den Reisenden getragen, sondern **vom Unternehmen beglichen**, in dessen Auftrag verreist wird.

1.3 Tourismus, Geschäftsreisen und Geschäftsreisetourismus

Reisen bedeutet räumliche Mobilität und touristische Reisen sind eine Teilmenge dieser räumlichen Mobilität. Dies trifft auch auf Geschäftsreisen zu.

Für den **Tourismus** ist das Reisen selbst – das raumüberwindende Element – konstitutiv. Es erfolgt ein **Ortswechsel** des Reisenden.⁶³ Als Rei-

⁶² Auch wenn an dieser Stelle und im Folgenden von Unternehmen gesprochen wird, gelten die Ausführungen gleichermaßen auch für Geschäftsreisen von Mitarbeitern öffentlicher und gemeinnütziger Institutionen.

⁶³ vgl. Kaspar 1996, S. 15.

sende werden Personen definiert, die sich zu jedwedem Zweck und jeglicher Dauer zwischen verschiedenen geographischen Orten bewegen.⁶⁴ Zu beachten ist, dass nicht jeder Reisende dabei zugleich Tourist ist.⁶⁵ So sind bspw. Pendler zwar Reisende, aber keine Touristen.

Zur Abgrenzung wird in der gegenwärtigen Literatur häufig auf die World Tourism Organization (UNWTO) Bezug genommen, die für den Touristen und den Tourismus Definitionen vorgelegt hat.⁶⁶ Demnach ist ein Tourist

„... a traveller taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited. These trips taken by visitors qualify as tourism trips. Tourism refers to the activity of visitors“⁶⁷

Die entscheidende Aussage ist zunächst, dass der Reisende seine **gewohnte Umgebung** verlassen muss, um als Tourist zu gelten. Als gewohnte Umgebung wird ein geographisches Gebiet angesehen, innerhalb dessen das alltägliche Leben geführt wird. Das Gebiet wird dabei weder mittels einer fix definierten Entfernung (z. B. 50 km um den Wohnsitz)⁶⁸ abgegrenzt, noch muss es sich zwingend um ein zusammenhängendes Areal handeln. Im Gegenteil: Zur gewohnten Umgebung können auch Orte in weiterer Entfernung vom Wohnsitz oder Teile anderer Verwaltungseinheiten hinzugehören, sofern sie regelmäßig und häufig aufgesucht werden.⁶⁹ Andererseits muss der Reisende beim Verlassen der gewohnten Umgebung keine Mindestentfernung zurücklegen oder eine administrative (z. B. nationalstaatliche oder kommunale) Grenze überschreiten, um als Tourist zu gelten.⁷⁰

⁶⁴ vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 9.

⁶⁵ Bei der Definition zentraler Begriffe (wie bspw. „Tourismus“ oder „Geschäftsreise“) handelt es sich keinesfalls um eine rein theoretisch-akademische Spitzfindigkeit. Vielmehr ist die jeweilige Begriffsabgrenzung unmittelbar von praktischer Bedeutung, wenn es um die Beantwortung der Frage geht, welche Reisen in die Betrachtung mit aufgenommen und welche ausgeschlossen werden. Dies wiederum hat z. B. maßgeblichen Einfluss auf die Bestimmung des Marktvolumens oder des Geltungsbereiches bzw. der Relevanz der getroffenen Aussagen (vgl. Müller 2002, S. 64; Hall und Lew 2009, S. 5; Steinecke 2011, S. 13, und 2014, S. 20; Schneider und Mrkwicka 2012, S. 16).

⁶⁶ Siehe z. B. Mason 2016; Kagermeier 2016; Page 2015; Williams und Lew 2015; Mundt 2013; Robinson et al. 2013; Swain und Mishra 2012; Inkson und Minnaert 2012; Cooper 2012; Pearce 2011; Steinecke 2011.

⁶⁷ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 10.

⁶⁸ vgl. DIW Econ und Institut für Management und Tourismus (IMT) der FH Westküste 2015b, S. 6. Wienberg (1987, S. 13) definiert hingegen bspw. Geschäftsreisen als Reisen mit Zielen „außerhalb des Nahbereichs“ mit einem Radius von 50 km.

⁶⁹ vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 12.

⁷⁰ vgl. Kagermeier 2016, S. 26.

Zur besseren Greifbarkeit des Konstrukts der „gewohnten Umgebung“ soll an dieser Stelle auf regelmäßige **Bewegungszyklen** zurückgegriffen werden: Diese fassen die zirkulären Bewegungen einer Person zusammen, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums vom jeweilig den Lebensmittelpunkt markierenden Haushalt ausgehen und an diesen zurückführen.⁷¹ Zur pragmatischen Abgrenzung der gewohnten Umgebung bietet sich ein wöchentlicher Zeitraum an.⁷² Die von Woche zu Woche wiederkehrenden vom Wohnort ausgehenden zirkulären Mobilitäten bilden in der Summe einen räumlichen Aktionsraum mit typischem Bewegungsmuster („weekly movement cycle“⁷³), der als Rahmen für die Fixierung der „gewohnten Umgebung“ dienen kann.

Als nicht dem Tourismus zugehörig sind folglich – weil der gewohnten Umgebung im Alltag zugeordnet – regelmäßige Pendlerreisen zwischen Wohn- und Arbeits- oder Studienort (und damit die berufsassoziierte räumliche Mobilität; siehe Abb. 5) sowie weiterhin Reisen zu „frequently visiting places within their current life routine, for instance homes of friends or relatives, shopping centres, religious, healthcare or any other facilities“⁷⁴ anzusehen.

Abb. 6 zeigt das geographische Basismodell der **touristischen Reise** nach Leiper (1979). Das Modell verdeutlicht, dass die **Rückkehr an den Ausgangsort** als weiteres konstitutives Element des Tourismus zu gelten hat.⁷⁵ Die Zirkelbewegung kann als räumliches Grundmuster der touristischen Reise gelten.⁷⁶ Kennzeichnend für die Reiseplanung des **Touristen** ist, dass

⁷¹ vgl. Roseman 1971, S. 590.

⁷² Theoretisch kann jeder Zeitraum herangezogen werden. Ein wöchentlicher Zeitraum bietet sich jedoch an, da innerhalb dessen die „alltäglichen“, mit der Arbeit, Schule, dem Einkaufen und der Sport- und Religionsausübung verbundenen Mobilitäten wiederkehren (vgl. Roseman 1971, S. 590).

⁷³ Roseman 1971, S. 590.

⁷⁴ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 12. Eine Ausnahme stellen Reisen zu Freizeitwohnsitzen dar: „Trips to vacation homes are usually tourism trips“ (United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 13). Hingegen gelten Nomaden und Flüchtlinge nicht als Touristen. So haben Nomaden keinen gewöhnlichen Wohnort, sodass alle Aufenthaltsorte als gewöhnlicher Wohnort betrachtet werden, und bei Flüchtlingen wird ihr jeweiliger Zufluchtsort als gewöhnlicher Wohnort angesehen (vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 16).

⁷⁵ Opaschowski (1970, S. 28) weist darauf hin, dass für die gesamte Wortgruppe „der Begriff der Rundung, der eine zum Ausgangspunkt zurückkehrende Wendung beinhaltet“ kennzeichnend ist. „Im Sinne des französischen Ausdrucks ‚mouvement en round‘ erhielt Tour im 17. Jahrhundert die Bedeutung ‚Umgang, Rundgang, Spaziergang‘. Eine ‚tour de promenade‘ bzw. ‚tour du propriétaire‘ war ein Rundgang um den Besitz (am Abend) in der Bedeutung des geruhsam-beschaulichen Spaziergangs.“ (Opaschowski 1989, S. 12; vgl. auch Hlavin-Schulze 1998, S. 14).

⁷⁶ vgl. Mundt 2004, S. 8.

er die Reise von seinem gewöhnlichen Aufenthaltsort mit der festen Absicht antritt, an eben diesen Ort zurückzukehren.

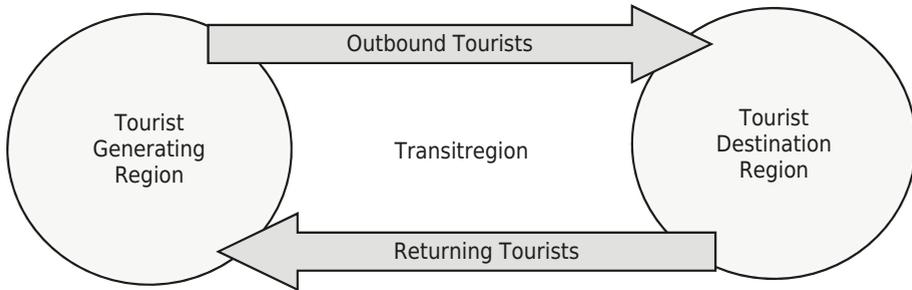


Abb. 6: Basismodell der touristischen Reise nach Leiper (1979)⁷⁷

Bei der touristischen Reise handelt es sich folglich um zirkuläre Mobilität. Tourismus ist eine über den generellen wöchentlichen Aktionsraum hinausreichende zirkulär-räumliche Mobilitätsform.

Die durch Leipers Modell verdeutlichte Rückkehr an den Ausgangsort impliziert zwingend eine **zeitliche Befristung** der touristischen Reise. Das Verlassen der gewohnten Umgebung erfolgt lediglich vorübergehend. Die Tourismusdefinition der UNWTO kommt dem nach, indem sie eine **Maximaldauer der Reise** von unter einem Jahr angibt. Die Einführung einer Maximaldauer differenziert das touristische Reisen von anderen Arten räumlicher Mobilitäten, wie bspw. den residenziellen Mobilitätsformen des Wohnsitzwechsels oder der Migration.⁷⁸

Die Tourismusdefinition der UNWTO beinhaltet zwar eine Maximaldauer der Reise von einem Jahr, allerdings wird **keine Minimaldauer** angeführt. Aus dem Verzicht auf eine Festlegung einer Mindestdauer wird deutlich, dass das touristische Reisen nicht nur Übernachtungsreisen, sondern auch **Tagesreisen** umfasst.⁷⁹ Obgleich in vielen internationalen und nationalen Tourismusstatistiken keine Tagestouristen, sondern meist nur Übernachtungsreisende erfasst werden,⁸⁰ gelten Tagesreisen als dem Tourismus zu-

⁷⁷ Quelle: Leiper (1979), S. 397; leicht verändert in Anlehnung an Sharpley 2009, S. 12.

⁷⁸ vgl. Kagermeier 2016, S. 27. Im Falle der Migration kommt es zu einem Überschreiten nationalstaatlicher Grenzen (vgl. Bukow 2016, S. 7).

⁷⁹ Die Zuordnung von Tagesreisen zum Tourismus wird nicht von allen wissenschaftlichen Autoren geteilt (so zählt z. B. Groß (2017, S. 36f, Abb. 4) den Tagesausflug nicht zum Tourismus).

⁸⁰ vgl. Williams und Lew 2015, S. 6. Statistisch erfasst werden meist nur Übernachtungsreisende, die dann als Touristen bezeichnet werden, während bei Reisenden ohne Übernachtung von Tagesreisenden, Tagesbesuchern oder (Tages-)Ausflüglern, day-trippers, excursionists, same-day-visitors gesprochen wird (obgleich auch diese dem Tourismus zuzuordnen sind (vgl. bspw. United

gehörig – sofern der Reisende seine gewohnte Umgebung (mit der Absicht, dorthin zurückzukehren) verlässt.

	Mobilitätsanlass	
	privat	berufsbedingt
touristisch	zweiwöchige Hochzeitsreise auf die Malediven	Geschäftsreise zur Teilnahme an einer einmaligen Fachtagung in den USA
nicht touristisch	Besuch von Sporteinrichtungen im Nachbarort zweimal in der Woche	wöchentliche Reise zum Jour fixe in der Firmenzentrale

Tab. 2: Beispiele für touristische und nicht-touristische Reisen mit privaten und berufsbedingten Anlässen⁸¹

Die mit der Definition des Tourismus gegebenen Bedingungen des Verlassens der gewohnten Umgebung und die Rückkehr des Reisenden an den Ausgangsort gelten **unabhängig vom jeweiligen Zweck** der Reise. Grundsätzlich kann hierbei zwischen den Hauptsegmenten der privaten und geschäftlichen Reisen unterschieden werden.⁸² Auch im Rahmen der angeführten UNWTO-Definition des Touristen werden ausdrücklich auch geschäftliche Motive als einer von mehreren (Haupt-)Zwecken touristischer Reisen genannt. Daneben können diese auch zu Freizeit- und Urlaubszwecken sowie zu anderen persönlichen Zwecken wie einem Verwandten- und Bekanntenbesuch oder einem Bildungsaufenthalt erfolgen.⁸³

Eine touristische Reise liegt demnach dann vor, wenn folgende Bedingungen erfüllt sind:

- **Der Reisende verlässt vorübergehend seine gewöhnliche Umgebung**
- **aus persönlichen oder beruflichen Gründen**
- **mit der Absicht zurückzukehren, und**
- **hält sich weniger als ein Jahr an seinem Reiseziel auf.**

Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 10; Williams und Lew 2015, S. 6; Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) 2014; Harrer und Scherr 2013).

⁸¹ Quelle: Eigene Darstellung.

⁸² vgl. Mill 1990, S. 47; Williams und Lew 2015, S. 15.

⁸³ vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 10.

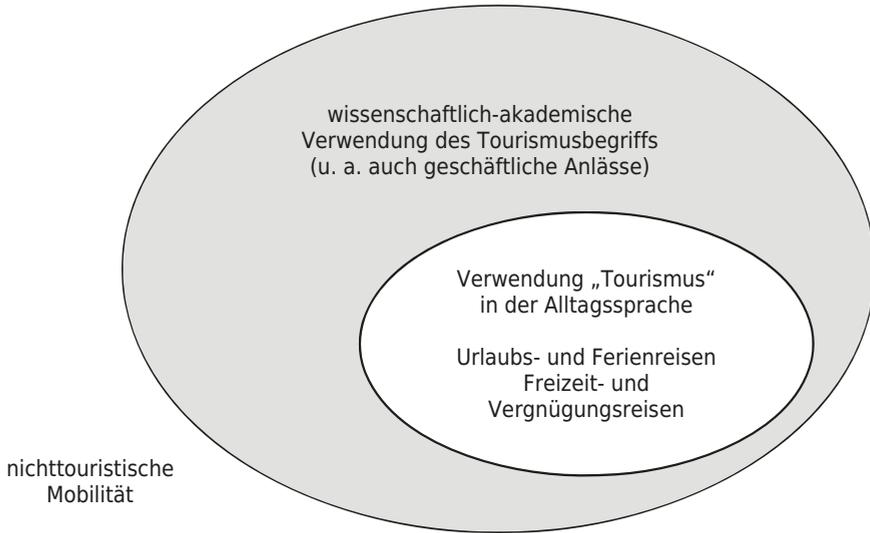


Abb. 7: Umgangssprachliche und akademische Definition des Tourismus⁸⁴

Nach wie vor populär und weit verbreitet ist allerdings die **umgangssprachliche** Gleichsetzung des Tourismusbegriffs mit Urlaubs- und Freizeitreisen (siehe Abb. 7).⁸⁵ Der Begriff „**Geschäftstourismus**“ ist für viele Menschen ein Oxymoron.⁸⁶ Wie kann jemand Tourist sein und gleichzeitig arbeiten, wenn doch das Touristsein gerade eine Pause von der Arbeit voraussetzt und damit einer gleichzeitigen Arbeitstätigkeit diametral entgegensteht? Diese im Alltagsverständnis übliche Reduktion des Tourismus auf eine Freizeitaktivität gilt als eine Ursache für die häufige Unterschätzung der ökonomischen und gesellschaftlichen Bedeutung des Tourismus.⁸⁷ Als weiteren Grund für die häufige Gleichsetzung des Tourismusbegriffs mit Urlaubsreisen kann angeführt werden, dass das Thema „Urlaubsreisen“ als Sympathieträger wirkt und es im Gegensatz zu Geschäftsreisen gerade nicht zur Arbeitswelt gehört. Zudem sind beim Thema Urlaubsreisen weit

⁸⁴ Quelle: Eigene Darstellung nach Hall und Lew 2009, S. 6. Dieses „Missverständnis“ dürfte international noch deutlich ausgeprägter sein als in Deutschland.

⁸⁵ vgl. z. B. auch Garrod 2012, S. 18, Smith et al. 2010, S. 22; Hall und Lew 2009, S. 5f; Wall und Mathieson 2006, S. 13; Davidson und Cope 2003, S. 3.

⁸⁶ Interessanterweise gibt es auch Hinweise darauf, dass sich Geschäftsreisende vom Touristsein abgrenzen, da sie die Destination ja nicht „touristisch erschließen“, sondern über die vorhandenen Sozialkontakte einen privilegierten Zugang zur Kultur vor Ort haben, die dem „Touristen“ vorbehalten bleibt (vgl. Kesselring und Vogl 2010a, S. 127f).

⁸⁷ vgl. Mundt 2004, S. 8.

mehr Personen unmittelbar Betroffene.⁸⁸ Der Bevölkerungsanteil der Urlaubsreisenden ist vergleichsweise größer als der entsprechende Anteil der Geschäftsreisenden: So weist die Reiseanalyse für 2018 eine Reiseintensität (der Deutschen für Urlaubsreisen ab vier Übernachtungen) von 78% aus,⁸⁹ wohingegen der Anteil der Geschäftsreisenden in der deutschsprachigen Wohnbevölkerung (18–70 Jahre) im gleichen Jahr etwa ein Viertel betrug.⁹⁰ Dies führt insgesamt zu einem relativ größeren Interesse der Bevölkerung an Urlaubsreisetemen, welches zudem medial aufgegriffen und bedient wird.⁹¹

Für eine zeitgemäße wissenschaftliche Definition greift die dargestellte populäre Einschränkung des Tourismusbegriffs auf Urlaubs- und Vergnügungsreisen zu kurz. Auch wenn es nach wie vor Autoren gibt, die ein anderes Verständnis bezüglich der Definition des Tourismus vertreten,⁹² wird im Folgenden davon ausgegangen, dass der Tourismus bzw. touristische Reisen auch (einen Teil der) Geschäftsreisen umfassen. Allerdings ist der Umkehrschluss – im Sinne von geschäftliche oder berufliche Reisen sind (immer) touristische Reisen – keinesfalls gültig: Bereits in Abb. 5 wurde verdeutlicht, dass arbeitsbezogene Mobilität häufig nicht-touristische Mobilität ist.

Auslandsentsendungen hingegen fallen unter die UNWTO-Tourismusdefinition, sofern es sich um kurzzeitigere Entsendungen⁹³ mit einer Dauer von unter einem Jahr handelt und solange der Arbeitnehmer weiterhin beim Unternehmen im Herkunftsland beschäftigt ist.⁹⁴ Längere Aus-

⁸⁸ vgl. Mundt 2013, S. 10.

⁸⁹ vgl. Sonntag und Lohmann 2019, S. 1.

⁹⁰ Frage: „Im Folgenden geht es um Geschäftsreisen. Damit meinen wir Reisen mit mindestens einer Übernachtung, die durch Beruf oder Ausbildung veranlasst sind. Nicht zu den Geschäftsreisen zählen: Regelmäßige Fahrten zwischen Ihrer Wohnung und der eigenen Arbeits- bzw. Ausbildungsstätte (z. B. auch sog. Wochenendpendler) und Montage. Haben Sie in den letzten zwölf Monaten eine oder mehrere Geschäftsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen?“ Basis: n=5.751 Personen. Quelle: Eigene Erhebung (IMT/NIT Geschäftsreiseanalyse).

⁹¹ vgl. Mundt 2013, S. 10.

⁹² vgl. z. B. Berger 2013, S. 15f, der reine Geschäftsreisen vom Tourismus ausschließt. Beckmann et al. (2006, S. 18) plädieren dafür, Tagungs- und Kongressreisen als eigenständige Wirtschaftsbranche und nicht als ein Tourismussegment zu betrachten. Freyer (2015, S. 4) ordnet den Geschäftsreisetourismus (wie auch die Tagesreisen und die Mobilität am (Heimat-)Ort) nur teilweise dem Tourismus bzw. dem sogenannten „touristischen Randbereich“ zu.

⁹³ Sogenannte „short-term assignments“ ins Ausland haben i. d. R. eine Dauer von drei bis zwölf Monaten (vgl. Salt 2010, S. 111).

⁹⁴ Um als Touristen aus einem geschäftlichen oder beruflichen Anlass zu gelten, dürfen Angestellte oder freiberuflich Tätige oder in Ausbildung befindliche Personen kein Beschäftigtenverhältnis mit einer Organisation oder einem Unternehmen im Zielland eingehen (vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 15). Nicht zum Tourismus zählen folglich Grenzarbeiter oder andere Pendler, die ein Beschäftigungsverhältnis mit einer Organisation im Zielland haben (vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 21).

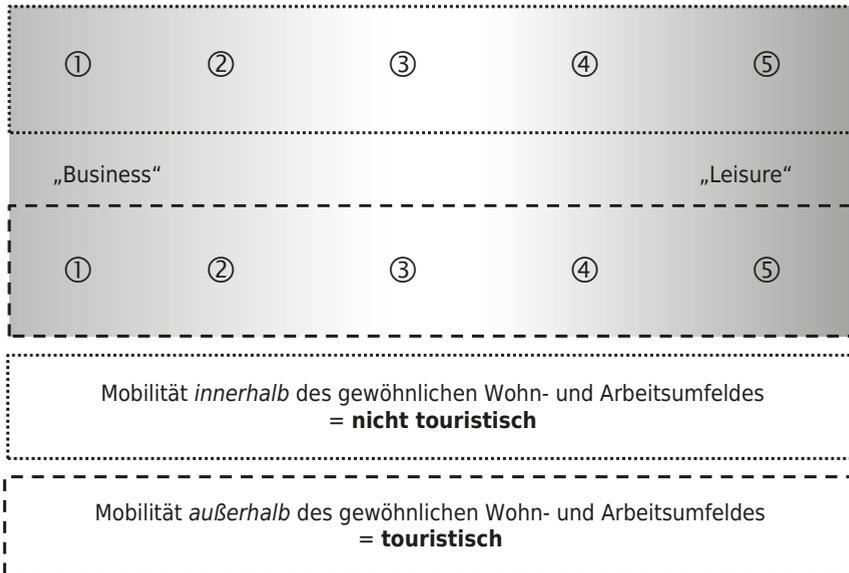
landsentsendungen, wobei ein Unternehmen Beschäftigte und ihre Familien für einen Zeitraum von mehreren Jahren ins Ausland versetzt,⁹⁵ werden nicht zum Tourismus gezählt, obwohl in diesem Falle häufig die Rückkehr nach einer bestimmten Zeit von Beginn an feststeht.⁹⁶ Sie gelten als residenzielle Mobilitätsform.

In der Praxis existieren **kaum „reine“ Geschäftsreisen** (siehe Abb. 8). Viele geschäftlich bedingte Reisen beinhalten auch Motive und Elemente der Freizeit. So enthalten Kongresse,⁹⁷ Konferenzen und Tagungen i. d. R. kulturelle oder soziale Programmbestandteile bzw. Rahmenprogramme. Zudem nutzen Geschäftsreisende außerhalb der Termine und Meetings naturräumliche und kulturelle Elemente oder Sport- und Gesundheitsangebote der Destination. Entscheidend für die Definition als Geschäftsreise bleibt, dass der geschäftliche Reiseanlass als Hauptmotiv im Vordergrund steht – selbst wenn der Reisende zudem bspw. ein Museum oder Freunde besucht. Sofern dabei die Bedingungen für eine touristische Reise – Verlassen des gewöhnlichen Umfeldes, Rückkehrabsicht, Aufenthalt von unter einem Jahr in der Destination – erfüllt sind, handelt es sich um eine touristische Geschäftsreise bzw. um **Geschäftsreisetourismus**. Dies dürfte für einen durchaus nennenswerten Anteil der Geschäftsreisen zutreffen.

⁹⁵ vgl. Hupfeld et al. 2013, S. 38; Salt 2010, S. 111.

⁹⁶ vgl. United Nations World Tourism Organization (UNWTO) 2010b, S. 16. Dort wird zudem spezifiziert: Einige Formen der Auslandsentsendungen werden jedoch von der UNWTO unabhängig von Dauer und Rückkehrabsicht explizit als nicht zum Tourismus gehörig definiert. Dazu gehören Diplomaten, Beschäftigte an Konsulaten und Militärangehörige ausländischer Staaten, da diese direkt ihrem Herkunftsland unterstehen. Damit wird auch deutlich, dass der Einsatz von Soldaten in Kriegsgebieten nicht zur touristischen Mobilität zu zählen ist.

⁹⁷ Bereits 1972 weist Gugg (S. I) auf die zunehmende Vermischung von Geschäft und Vergnügen bei Kongressen hin, womit eine „Zuordnung ausschließlich zum Geschäftsreiseverkehr immer problematischer wird.“



- 1 = reine Geschäftsreisen
- 2 = Geschäftsreisen mit untergeordneten privaten Anteilen (*bleisure* i. e. S.)
- 3 = unbestimmbare Mischformen (z. B. *lifestyle mobility, paid leisure*)
- 4 = private Reisen mit untergeordneten beruflichen Anteilen (z. B. *work & travel*)
- 5 = reine Privatreisen (z. B. Erholung, Besuch)

Abb. 8: Geschäfts- und Privatreisen und deren Mischformen⁹⁸

⁹⁸ Quelle: Eigene Darstellung. Siehe auch Kapitel 10: Bleisure.