



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](http://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.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup> 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 Meetings und Events .....	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 Messengesellschaften.....	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 Güteraustausch. Insgesamt verminderte sich (mittels dieser „Revolutionen der Erreichbarkeit“)<sup>2</sup> die Bedeutung der räumlichen Entfernung zwischen verschiedenen Standorten. Diese Prozesse sind gegenwärtig weiterhin im Gange. Es kommt zu einer erleichterten „Überwindung der Distanz“<sup>3</sup> („Death of Distance“)<sup>4</sup>, Globalisierungstendenzen werden vereinfacht und berufliche Mobilität wird zu einem Kennzeichen der Produktionsprozesse in einer wissensbasierten Ökonomie.<sup>5</sup> Die „Schrumpfung des Raumes“ (siehe Abb. 1) sowie der **Anstieg räumlicher Mobilität** (siehe Abb. 2) gelten dabei als Charakteristika der Moderne.<sup>6</sup>

Für viele Erwerbstätige der Gegenwart gehört räumliche Mobilität mittlerweile zum beruflichen Alltag.<sup>7</sup> 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.

---

<sup>2</sup> Schönduwe 2017, S. 32.

<sup>3</sup> Kaschuba 2004.

<sup>4</sup> Cairncross 2001.

<sup>5</sup> vgl. Beaverstock et al. 2010, S. 2.

<sup>6</sup> 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“.

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

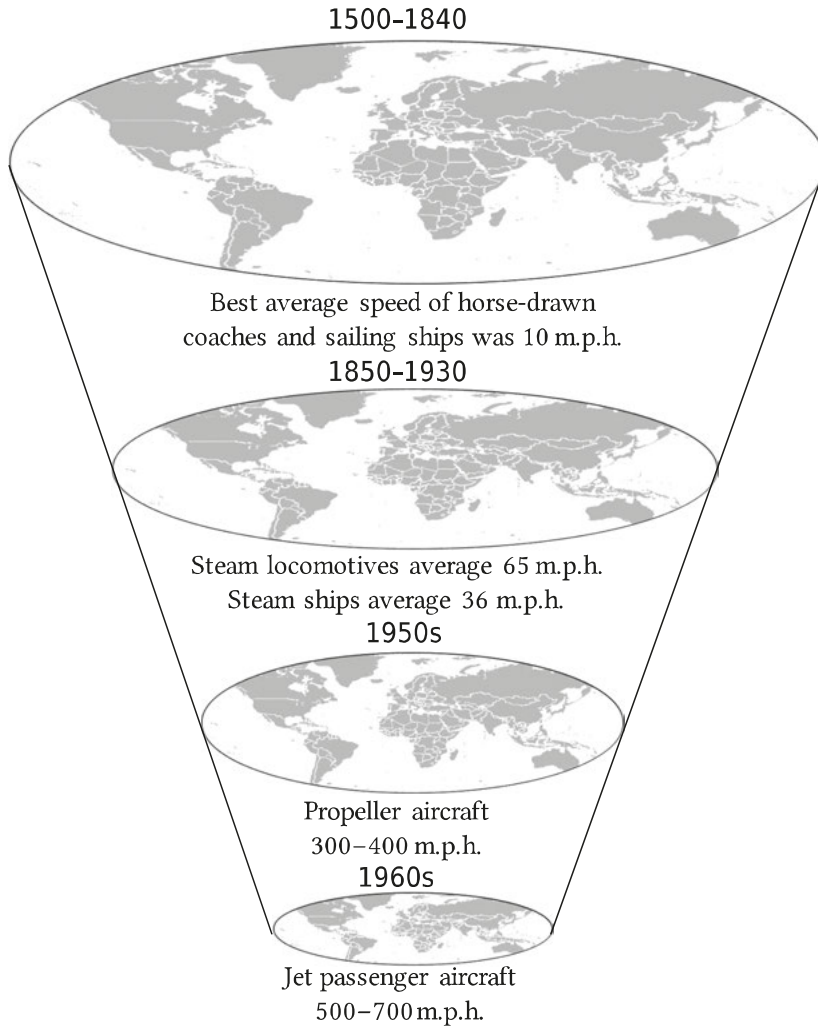


Abb. 1: Prinzip der Time-Space-Compression nach Harvey (1990)<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> 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.<sup>9</sup>

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

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

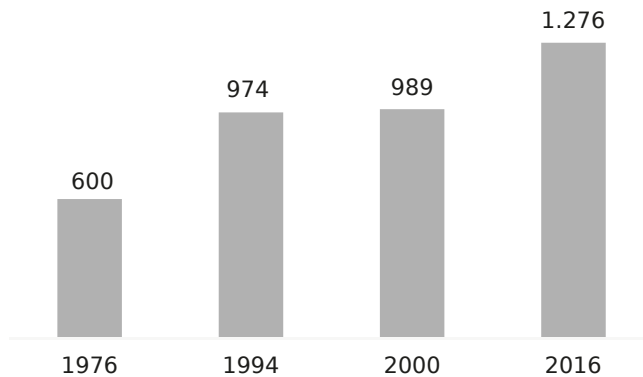


Abb. 2: Verkehrsleistung im Personenverkehr in Deutschland (Personenkilometer in Mrd.)<sup>12</sup>

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

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

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> vgl. Schneider et al. 2016, S. 501f und Schneider und Ruppenthal 2014, S. 81.

<sup>12</sup> 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.<sup>13</sup> Kesselring und Vogl (2010) sprechen von einer „Normalisierung von Mobilität“.<sup>14</sup> Dies gilt zwar nach wie vor, aber eben nicht mehr ausschließlich insbesondere für Belegschaftsteile transnationaler Unternehmen,<sup>15</sup> sondern auch für eine Vielzahl unterschiedlicher Berufsgruppen und für Beschäftigte verschiedener Hierarchieebenen.<sup>16</sup> Hauptsächliche Ursachen hierfür sind die wirtschaftliche **Globalisierung** im Sinne einer vielfältigen Ausdehnung internationaler Produktions-, Handels- und Absatzbeziehungen sowie die damit einhergehende Ausdehnung von Wertschöpfungsketten.<sup>17</sup> 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.<sup>18</sup> Die Reisetätigkeit stellt immer weniger ein Produktivitätshindernis dar.<sup>19</sup> Nicht nur die Erwerbstätigen, sondern auch ihre Arbeit ist häufig mobil.<sup>20</sup> 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.<sup>21</sup>

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

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

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

<sup>15</sup> vgl. z. B. Beaverstock und Faulconbridge 2010, S. 58f.

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

<sup>17</sup> 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.

<sup>18</sup> vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2015a, S. 2.

<sup>19</sup> vgl. Holley et al. 2008, S. 43.

<sup>20</sup> vgl. Nies et al. 2015, S. 8.

<sup>21</sup> 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.<sup>22</sup> 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.<sup>23</sup> 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.<sup>24</sup> 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.<sup>25</sup> 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.<sup>26</sup> „In der globalisierten Gesellschaft der Gegenwart hat sich Bewegung zum Zustand und Beweglichkeit zum Imperativ entwickelt.“<sup>27</sup>

---

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

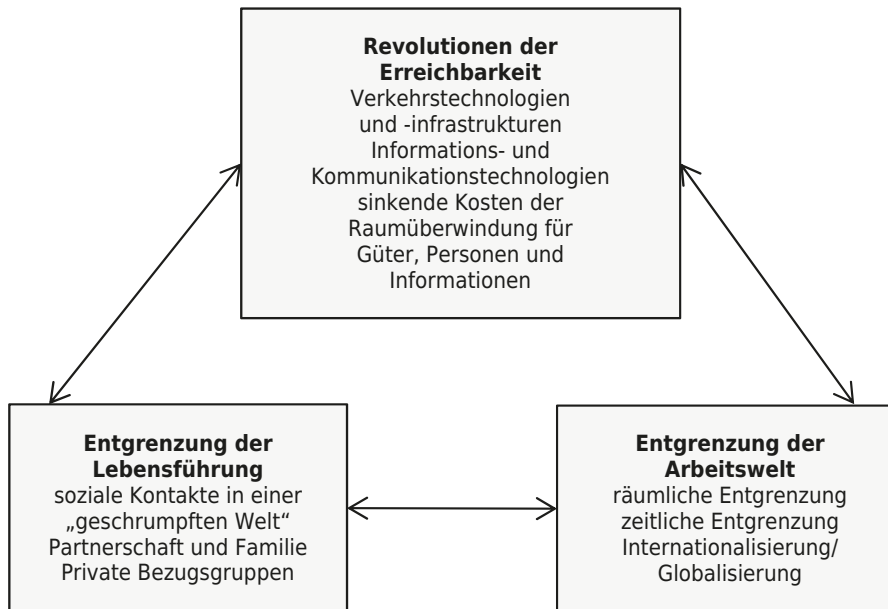
<sup>23</sup> vgl. Kesselring 2015, S. 573 sowie Kesselring 2012, S. 85.

<sup>24</sup> vgl. Wheatley et al. 2008, S. 227f.

<sup>25</sup> vgl. Bundesministerium für Arbeit und Soziales 2015b, S. 5.

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

<sup>27</sup> Schneider 2004, S. 25.

Abb. 3: Mobilitätsrelevante Erreichbarkeits- und Entgrenzungsprozesse<sup>28</sup>

## 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.<sup>29</sup> Allerdings fallen die Mobilitätsanforderungen je nach Beruf und Lebenssituation in Bezug auf Anlässe, Formen, Dauer und zurückzulegende Entfernungen sehr unterschiedlich aus.<sup>30</sup> Die Folge ist eine große Vielfalt unterschiedlicher Formen gegenwärtiger Mobilität mit der Tendenz zur weiteren Differenzierung.<sup>31</sup>

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

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

<sup>29</sup> vgl. Schneider et al. 2014, S. 158; Limmer 2005, S. 97.

<sup>30</sup> vgl. Ducki 2010, S. 61.

<sup>31</sup> vgl. Schneider und Ruppenthal 2014, S. 81.



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

**Residenzielle** Mobilitätsformen erfolgen punktuell und beinhalten einen Umzug an einen anderen Ort.<sup>33</sup> 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.<sup>34</sup>

Der größere Teil der arbeitsbezogenen Mobilität ist allerdings auf **zirkuläre** Formen zurückzuführen.<sup>35</sup> Die zirkuläre Mobilität ist dabei breit gefächert und umfasst alle Bewegungen zwischen Wohn- und Arbeitsort sowie zwischen unterschiedlichen Arbeitsorten.<sup>36</sup> 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.<sup>37</sup>

---

<sup>32</sup> 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.

<sup>33</sup> 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.

<sup>34</sup> vgl. Schneider et al. 2014, S. 158.

<sup>35</sup> 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.

<sup>36</sup> vgl. Ducki 2010, S. 62.

<sup>37</sup> vgl. Bell und Ward 2000, S. 101 und Schneider et al. 2014, S. 158.

		Mobilitätsanlass					
		investiv produktionsbedingt		konsumtiv konsumbedingt			
Zeit	permanent <b>residenziell</b>		beruflich bedingte Wohnsitzverlegung längere Auslandsentsendungen		privat bedingte Wohnsitzverlegung		
	temporär <b>zirkulär</b>	mit Übermach- tung(en)	Mobilitätsdienstleistungen	Wechselnde Einsatzorte	Geschäftsreisen	Wochenend- pendler Saisonarbeit	Urlaubsreisen
		täglich				Tagespendler	

Abb. 4: Beispiele für zirkuläre und residenzielle Mobilitätsformen<sup>38</sup>

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

Bei der **Mobilität zur Arbeit** handelt es sich um **berufsassoziierte** Mobilität, die dazu dient, die räumliche Distanz zwischen Wohn- und Arbeitsort zu überwinden, und der eigentlichen Arbeit vor- oder nachgelagert ist.<sup>40</sup> 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.“<sup>41</sup>

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

<sup>38</sup> 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.

<sup>39</sup> In Anlehnung an Nies et al. 2015, S. 5.

<sup>40</sup> vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und S. 16.

<sup>41</sup> Hupfeld et al. 2013, S. 24.

am Wohnort mit bestimmt.<sup>42</sup> 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 Wochenendpendlern<sup>43</sup> unterschieden werden.<sup>44</sup>

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 Deutschland<sup>45</sup>

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

Für die **berufsbedingte** Mobilität<sup>48</sup> – die räumliche **Mobilität in der Arbeit** – ist kennzeichnend, dass das Reisen Bestandteil der Arbeitsausübung

<sup>42</sup> vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und 16f.

<sup>43</sup> 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).

<sup>44</sup> vgl. Vogl et al. 2014, S. 2.

<sup>45</sup> Quelle: Eigene Darstellung nach Tendyck und Mess 2018, S. 45.

<sup>46</sup> vgl. Haas 2013, S. 257; Techniker Krankenkasse 2018, S. 5.

<sup>47</sup> 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.

<sup>48</sup> 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.<sup>49</sup> 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 Geschäftsreisen<sup>50</sup> 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,<sup>51</sup> 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 ist<sup>52</sup> – 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.

---

<sup>49</sup> vgl. Ducki und Nguyen 2016, S. 5 und 17.

<sup>50</sup> Der Begriff „Dienstreise“ wird als Synonym von „Geschäftsreise“ betrachtet.

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

<sup>52</sup> vgl. Nies et al. 2015, S. 8.

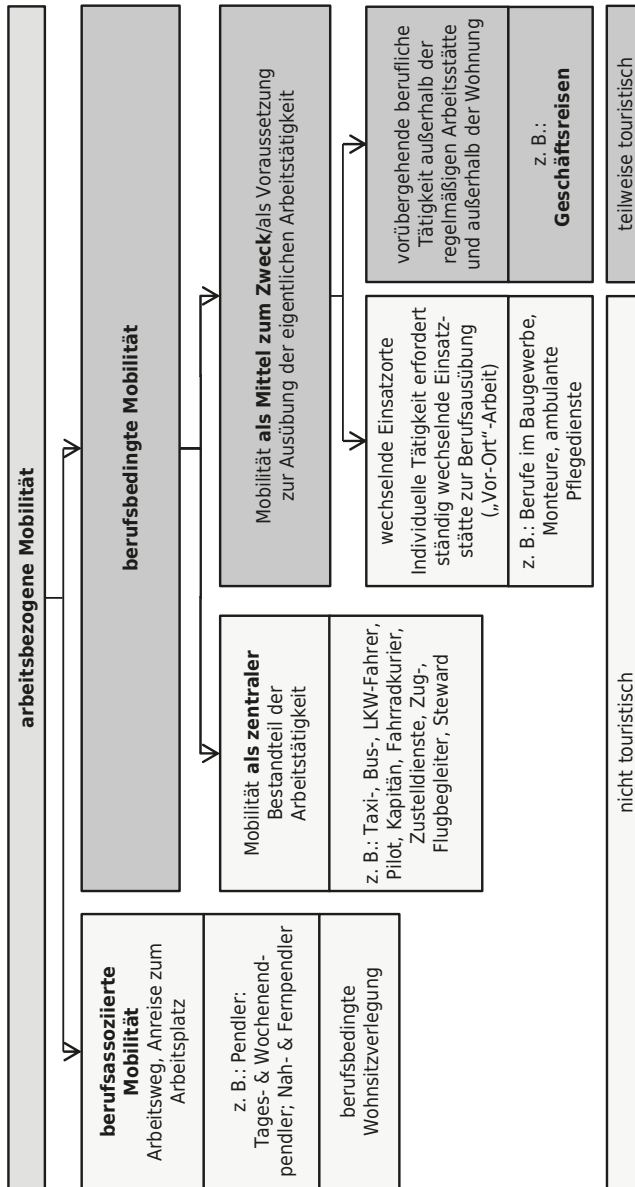


Abb. 5: Ausprägungen arbeitsbezogener Mobilität<sup>53</sup>

<sup>53</sup> 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.<sup>54</sup>

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.<sup>55</sup> Im Gegenteil: Die zunehmende Globalisierung scheint ein Bedürfnis nach Nähe und den unmittelbaren Austausch durch Face-to-Face-Kontakte zu befördern.<sup>56</sup> Urry (2003)<sup>57</sup> 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.<sup>58</sup>

Bei der berufsbedingten Mobilität handelt es sich i. d. R. um eine „**verordnete Mobilität**“<sup>59</sup>, die eine Verbindungsfunktion zwischen Unternehmen und Außenwelt<sup>60</sup> 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:<sup>61</sup>

---

<sup>54</sup> vgl. Krüger 2017, S. 30.

<sup>55</sup> vgl. DB Vertriebs GmbH 2015, S. 11.

<sup>56</sup> vgl. Faulconbridge und Beaverstock 2008, S. 87; Jones 2007, S. 223ff.

<sup>57</sup> Urry 2003, S. 155ff.

<sup>58</sup> vgl. Bergström 2010, S. 371.

<sup>59</sup> Nies et al. 2015, S. 4.

<sup>60</sup> vgl. Kesselring 2012, S. 85.

<sup>61</sup> 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.