

# IW-Kurzbericht 7/2018

## Online-Meeting statt Dienstreise: Unternehmen könnten 8,3 Mrd. Euro sparen

Barbara Engels

**Digitale Technologien wie Videokonferenzen helfen, Distanzen zu überbrücken und schneller zu kommunizieren. Würden mehr Unternehmen diese einsetzen, um Dienstreisen zu ersetzen, könnte die deutsche Wirtschaft 8,3 Milliarden Euro im Jahr einsparen – zumindest in der Theorie.**

Geschäftsreisen sind teuer, und sie werden zukünftig insgesamt noch teurer: 51,6 Milliarden Euro hat die deutsche Wirtschaft 2016 für 183,4 Millionen nationale und internationale Dienstreisen ausgegeben – 1,5 Prozent mehr als im Vorjahr (VDR, 2017). Der durchschnittliche Preis pro Geschäftsreisendem und Tag stieg in dem Zeitraum um 1,6 Prozent auf 155 Euro. Es ist zu erwarten, dass diese Kosten weiter zunehmen, da für 2018 mit einer weltweiten Steigerung der Preise für Flugtickets, Hotelübernachtungen, und Bodenverkehrsmittel wie Bahn und Taxi gerechnet wird (GBTA, 2017). In Deutschland sollen die Flugpreise um etwa 6,7, die Hotelpreise sogar um 8,3 Prozent steigen (ebd., 9 und 14). Außerdem ist die Anzahl der Geschäftsreisen gestiegen: Vor zehn Jahren tätigten deutsche Unternehmen noch knapp 26 Millionen Reisen weniger jährlich, das entspricht gut 16 Prozent weniger. Die Gesamtkosten stiegen in diesem Zeitraum um etwa 9 Prozent (VDR, 2017). Das bedeutet, dass die Kosten pro Reise sinken. Um die Gesamtausgaben für Geschäftsreisen zu senken und so die Bilanzen

der Unternehmen zu entlasten, müsste also die Anzahl der Dienstreisen gesenkt werden.

Digitale Technologien könnten dabei helfen. Software wie Videokonferenzsysteme und Internettelefonie, zum Beispiel Skype Business und WebEx, sind inzwischen so weit entwickelt, dass Meetings bei entsprechender Internetverbindung in Echtzeit und mit qualitativ hochwertigen Übertragungsbildern digital erfolgen können. Insbesondere können auch Bildschirme geteilt werden, sodass mehrere Teilnehmer ortsunabhängig die gleiche Präsentation sehen und sogar gleichzeitig an einem Dokument arbeiten können. Anders als der telefonische Kontakt könnten die Vorzüge von Videoübertragungen damit Dienstreisen zumindest teilweise ersetzen. Neben der direkten Kostenersparnis durch den Entfall von Transport- und Übernachtungskosten sowie Spesen käme es zu erheblichen Zeiteinsparungen durch den Entfall der Hin- und Rückreise zu Meetings und somit zu einem deutlich verbesserten Verhältnis zwischen tatsächlichem Zeiteinsatz und produktiver Arbeitszeit. Vor allem diejenigen Institutionen könnten hohe Einsparungen erwarten, die viele interne Dienstreisen verzeichnen, darunter die Bundesministerien mit ihren Bonn-Berlin-Pendlern. 2015 sind Bundesbeamte insgesamt mehr als 33.000 Mal zwischen Berlin und Bonn geflogen (vgl. Becker, 2017).

Die Durchsetzung digitaler Meetingtechnologien in deutschen Unternehmen verläuft trotz genannter Vorteile langsam. Insgesamt ist das Fax als Kommunikationsmittel unter deutschen Unternehmen noch weiter verbreitet als Skype und Co. (Bitkom, 2017). Onlinemeetings und Videokonferenzen werden von 50 Prozent der befragten deutschen Unternehmen ab 20 Mitarbeitern häufig genutzt, um sich mit Geschäftspartnern und Kollegen auszutauschen (Vorjahreswert: 40 Prozent). Ein Fünftel der Unternehmen nutzt diese Technologien jedoch gar nicht. Das Festnetz-Telefon ist noch die verbreitetste Form der internen und externen Kommunikation im Unternehmen, dicht gefolgt von der Email. Laut Bitkom (2015) finden die meisten Unternehmensmeetings noch als Präsenztreffen statt und nicht als Videokonferenzen, 39 Prozent der Befragten erwarten jedoch zumindest eine Zunahme der Bedeutung letzterer.

Im Folgenden soll skizziert werden, welche Einsparpotenziale durch eine flächendeckende intensive Nutzung digitaler Meetingtechnologien an Stelle von Dienstreisen realisiert werden könnten. Generell werden Dienstreisen oft durchgeführt, weil Face-to-Face-Kontakte als essentiell für das Aufbauen von Vertrauen gesehen werden (vgl. Urry, 2003). Dies gilt insbesondere, wenn es um den Aufbau von Netzwerken, das Fördern von Geschäftsabschlüssen und das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner geht (DRV, 2016, 10). Tatsächlich werden aber auch einige Meetings aus Routine durchgeführt, ohne ihre Frequenz, Örtlichkeit und Sinnhaftigkeit zu hinterfragen (Lyons, 2013, 8). Auch Geschäftsnormen und individuelle Reisemotivatoren wie Abwechslungsreichtum durch Reisetätigkeit können zum Teil überflüssige „Aktentaschen-Reisen“ fördern (vgl. Lyons, 2013, 9). Welcher Anteil der Geschäftsreisen tatsächlich erfolgskritisch ist und somit nicht eingespart werden sollte, lässt sich kaum belastbar ermitteln, erst recht nicht branchenübergreifend. Laut DRV (2016, 13) schätzen 71 Prozent der Geschäftsreisenden aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern, dass ihr persönlicher Besuch beim Geschäftspartner einen (eher) großen Einfluss auf den Abschluss von Neu- und Folgeaufträgen hat. Die Bereitschaft zum Abschluss von Aufträgen würde durch persönliche Treffen um durchschnittlich 46 Prozent gesteigert. 13 Prozent sprechen von einem mittleren Einfluss,

16 Prozent sehen einen geringen oder keinen Einfluss.

Geht man nun stark vereinfachend davon aus, dass die 16 Prozent der Geschäftsreisenden, die ihren persönlichen Besuch laut DRV (2016) nicht für erfolgsbeeinflussend halten („geringer/kein Einfluss“), auch 16 Prozent der Geschäftsreisen ausmachen, könnte dieser Anteil an Geschäftsreisen potenziell eingespart werden. Rechnet man mit 16 Prozent ersetzbaren Dienstreisen, ergäbe dies ein Einsparpotenzial von 8,3 Milliarden Euro pro Jahr bezogen auf die vom VDR (2017) errechneten Geschäftsreisekosten von 51,6 Milliarden Euro. Diese Zahl übertrifft deutlich die Einschätzung der von einem Kommunikationstechnologieanbieter befragten 1.340 mittelständischen deutschen Unternehmen, von denen 29 Prozent gesamtwirtschaftliche Einsparpotenziale von weniger als 500 Millionen Euro und 35 Prozent von zwischen einer und zehn Milliarden Euro jährlich erwarten, sollte die Hälfte der Geschäftsreisen eingespart werden (Toplink, 2016).

Die hier errechnete jährliche Kosteneinsparung von 8,3 Milliarden Euro berücksichtigt jedoch nicht, dass auch für die digitalen Technologien Kosten anfallen, darunter initiale Kosten durch die Einrichtung von Videokonferenzräumen und die Ausstattung der Mitarbeiter mit entsprechender Soft- und Hardware sowie laufende Kosten der Informationssicherheit und des Update-managements. Insbesondere ist gerade in ländlichen Regionen entsprechendes Breitbandinternet erforderlich. Außerdem liegt der obigen Berechnung die Annahme zugrunde, dass die einzusparenden 16 Prozent der Dienstreisen tatsächlich ortsunabhängig sind. Dies wäre etwa nicht der Fall, wenn vor Ort Prozesse überprüft und Produktionsstätten umfassend besichtigt werden müssten (vgl. Lyons, 2013, 4). Ebenfalls einschränkend auf die Validität der Berechnung wirkt der Fakt, dass Kopräsenz insbesondere bei Meetings mit komplexen Inhalten eine große Rolle spielt (Denstadli et al., 2012). Deutsche legen außerdem besonderen Wert auf persönlichen Kontakt: Im internationalen Vergleich führt Deutschland das Ranking der Länder an, die virtuelle Interaktion nicht als gleichwertig zum persönlichen Kontakt empfinden (GfK, 2016). Fast ein Drittel der deutschen Internetnutzer bewertet virtuelle Interaktionen mit Menschen nicht

genauso gut wie persönlichen Kontakt. Dies könnte tendenziell auch eine Generationenfrage sein, zumindest deutet sie sich leicht an. 22 Prozent der 20- bis 29-Jährigen halten beide Formen nicht für gleichwertig; bei den über 50-Jährigen sind es etwa 40 Prozent. Mit der Gewöhnung an die neuen Technologien könnten sich die Einsparungen durch digitale Meetings zunehmend materialisieren.

In Sicht ist dies jedoch noch nicht, im Gegenteil: In der Wahrnehmung der von DRV (2016) befragten Fach- und Führungskräfte werden persönliche Begegnungen gerade in digitalen Zeiten wertvoller. Zudem stimulieren digitale Technologien sogar die Nachfrage nach physischen Reisen, denn sie ermöglichen Beziehungen, die ohne sie nicht entstanden wären (Beaverstock/Budd, 2013, 3). Für 2018 rechnen die meisten der vom VDR (2017, 28) befragten Unternehmen mit gleichbleibenden bis steigenden Reiseaktivitäten. Dieser Trend könnte auch darin begründet liegen, dass Geschäftsreisemanagement – ähnlich wie Digitale Transformation an sich – in vielen Unternehmen noch nicht als strategischer Faktor gesehen wird.

## Literatur

Beaverstock, Jonathan V. / Budd, Lucy, 2013, International Business Travel in a Digital World Economy, Research in Transportation Business & Management, Nr. 9, S. 1-4

Becker, Benedikt, 2017, Bundesbeamte sollen jetzt mehr skypen, <http://www.spiegel.de/wirtschaft/air-berlin-pleite-bundesbeamte-sollen-jetzt-mehr-sky-pen-a-1173893.html> [28.12.2017]

Bitkom, 2017, Unternehmen setzen verstärkt auf digitale Kommunikation, <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Unternehmen-setzen-verstaerkt-auf-digitale-Kommunikation.html> [28.12.2017]

Bitkom, 2015, Digitalisierung der Arbeitswelt, <https://www.bitkom.org/Presse/Anhaenge-an-Pls/2015/02-Februar/150226-BITKOM-Charts-Digitalisierung-der-Arbeitswelt-26-02-20151.pdf> [28.12.2017]

Denstadli, Jon M. et al., 2012, Videoconferencing as a Mode of Communication: A Comparative Study of the Use of Videoconferencing and Face-to-Face Meetings, Journal of Business and Technical Communication, Jg. 26, Nr. 1, S. 65-91

DRV Deutscher ReiseVerband, 2016, Chefsache Business Travel 2016, <http://www.chefsache-businesstravel.de/wissen/studie/> [28.12.2017]

GBTA, 2017, Global Travel Forecast 2018, <https://www.carlsonwagonlit.com/content/dam/cwt/countries/de/pdf/2018-Global-Travel-Forecast-DE.pdf> [28.12.2017]

GfK, 2016, Virtueller Kontakt? Die Deutschen mögen es lieber persönlich, <http://www.gfk.com/de/insights/press-release/virtueller-kontakt-die-deutschen-moegen-es-lieber-persoendlich/> [28.12.2017]

Lyons, Glenn, 2013, Business Travel: The Social Practices Surrounding Meetings, Research in Transportation Business & Management, Nr. 9, S. 50-57

Toplink, 2016, Einsparpotenzial in Milliardenhöhe durch Videokonferenzen, <https://www.toplink.de/einsparpotenzial-durch-videokonferenzen/> [28.12.2017]

Urry, John, 2003, Social Networks, Travel and Talk, British Journal of Sociology, Jg. 54, Nr. 2, S. 155-175

VDR Verband Deutsches Reisemanagement, 2017, Geschäftsreiseanalyse 2017, <https://www.vdr-service.de/fileadmin/der-verband/fachmedien/geschaeftsreiseanalyse/vdr-geschaeftsreiseanalyse-2017.pdf> [28.12.2017]