

Anhörung im Tourismusausschuss, 04. Dezember 2024

Themenstellung: Neue Arbeits- und Urlaubsformen wie Workation und Bleisure Travel

Sehr geehrte Mitglieder des Tourismusausschusses,

ich freue mich, Ihnen die Bedeutung der Trends Bleisure Travel und Workation sowie ihre Auswirkungen auf Arbeitnehmer, Arbeitgeber und den Reisevertrieb näherzubringen. Die aktuellen Ergebnisse der Umfrage „Chefsache Business Travel“ des Deutschen Reiseverbands (DRV) unterstreichen die Relevanz dieser Entwicklungen.

1. Definition und inhaltliche Unterschiede von Bleisure und Workation

Bleisure Travel beschreibt die Kombination von Geschäftsreisen mit privaten Urlaubselementen. Geschäftsreisende verlängern ihren Aufenthalt vor oder nach beruflichen Terminen, um Erholung oder private Unternehmungen einzubinden. Laut der DRV-Umfrage nutzen 44 % der Befragten diese Möglichkeit. Insbesondere bei den unter 40-Jährigen erfreut sich dieser Trend mit 53 % größerer Beliebtheit.

Workation geht darüber hinaus und beschreibt die Verlagerung der Arbeitsstätte an einen Urlaubsort – sei es temporär oder langfristig. Aktuell haben 45 % der Mitarbeitenden die Möglichkeit, zeitweise im Ausland zu arbeiten. Unternehmen unterstützen diesen Trend zunehmend durch individuelle Regelungen, die es ermöglichen, Arbeit und Freizeit an attraktiven Orten zu kombinieren. Beim Reisekonzern TUI beispielsweise dürfen Arbeitnehmer - zusätzlich zum Urlaub - 30 Tage im Jahr aus dem Ausland heraus arbeiten. Bei Adidas sind es zehn Tage, bei Merck 60 und beim Vergleichsportal Idealo sogar bis zu 180 – in vielen Reiserichtlinien von Unternehmen sind inzwischen mögliche Work-from-Anywhere-Tage im Ausland fixiert.

Während Bleisure Travel die Erweiterung einer beruflich bedingten Reise darstellt, bringt Workation das Konzept der flexiblen Arbeitsorte auf eine neue Ebene, in dem es Arbeit und Freizeit parallel ermöglicht.

Vor allem die **Gen Y** wünscht sich derzeit Workation-Optionen von ihrem Arbeitgeber. Wer eine neue Stelle sucht, möchte diesen Benefit – das ist für über 80% in der Altersgruppe (sehr) wichtig, so eine PwC-Studie. Firmen wie zum Beispiel SAP, Deutsche Bahn, Aldi Süd und Zalando, erlauben offiziell 30 Tage Workation im Jahr.

2. Entwicklungen in der Gesellschaft und Arbeitswelt, die zur Popularität beigetragen haben

Die Popularität von Bleisure Travel und Workation ist das Ergebnis tiefgreifender Veränderungen in der Gesellschaft und Arbeitswelt:

- **Digitalisierung:** Fortschritte in der Technologie wie beispielsweise Cloud-Dienste und digitale Kommunikationsplattformen ermöglichen ortsunabhängiges Arbeiten.

- **Flexibilisierung der Arbeit:** Die pandemiebedingte Einführung von Homeoffice hat Unternehmen und Mitarbeitende gelehrt, dass Produktivität nicht an feste Bürozeiten oder -orte gebunden ist.
- **Generationswechsel:** Jüngere Generationen priorisieren Flexibilität, Work-Life-Balance und Erlebnisse stärker als ältere Generationen.
- **Fachkräftemangel:** Unternehmen reagieren mit attraktiven Angeboten, um qualifizierte Mitarbeitende zu gewinnen und zu binden.

3. Etablierung von Bleisure und Workation

Die Trends haben sich fest in der Arbeitswelt etabliert, maßgeblich unterstützt durch die Digitalisierung und die zunehmende Akzeptanz von Homeoffice und Remote Work. Besonders Freiberufler und Selbstständige können ihre Arbeitszeit und -orte häufig unabhängig gestalten.

Laut der DRV-Umfrage gibt es zudem diese Entwicklungen:

67 % der Geschäftsreisenden passen die Reiseplanung an ihre Work-Life-Balance an.

Vier von zehn Befragten nutzen Workation-Möglichkeiten.

Bleisure Travel ist bei jüngeren Mitarbeitenden doppelt so beliebt wie bei älteren Generationen.

Die größte Motivation zur Nutzung von Bleisure Travel ist ein attraktives Reiseziel. Für 44 Prozent der Befragten, die Geschäftsreisen bereits mit Urlaub kombiniert haben, waren Strand, Sehenswürdigkeiten oder Kultur ausschlaggebend. Eine wichtige Rolle spielt auch, dass zeitlicher Spielraum vorhanden ist, also keine dringenden beruflichen Aufgaben nach dem Business Trip anstehen (40 Prozent). Ein weiterer häufiger Grund für Bleisure Travel ist der Wunsch, sich nach der Geschäftsreise zu erholen (34 Prozent).

Die Flexibilisierung der Arbeitswelt hat dabei nicht nur die Work-Life-Balance der Geschäftsreisenden verbessert, sondern auch deren Produktivität und Zufriedenheit gesteigert. Unternehmen, die Bleisure und Workation anbieten, werden als attraktiver wahrgenommen – ein entscheidender Vorteil im Wettbewerb um Mitarbeitende bei zunehmendem Fachkräftemangel.

4. Inwiefern stellen sich Hotels, Fluggesellschaften und Kreuzfahrtanbieter darauf ein?

Hotels, Fluggesellschaften und Kreuzfahrtanbieter haben sich auf die Bedürfnisse von Bleisure- und Workation-Reisenden eingestellt und bieten spezialisierte Services an:

- **Hotels:** Viele Hotels bieten sogenannte „Workcation-Pakete“ mit Highspeed-WLAN, ergonomischen Arbeitsplätzen und flexiblen Check-in- und Check-out-Zeiten. Beispiele sind die „Work from Hyatt“-Programme oder „Marriott Bonvoy Work Anywhere“.
- **Fluggesellschaften:** Airlines wie Lufthansa ermöglichen es, Tickets flexibel zu gestalten, so dass Aufenthalte vor oder nach Geschäftsreisen verlängert werden können. Ab 2025 wird u.a. Air France auf allen Flugzeugen Highspeed-Internet kostenlos zur Verfügung stellen. Reisende können dann auf das Starlink-WLAN von SpaceX zugreifen und in Echtzeit streamen.
- **Kreuzfahrtanbieter:** Unternehmen wie MSC Cruises und Royal Caribbean werben mit Arbeits- und Urlaubskombinationen auf Kreuzfahrtschiffen, einschließlich Co-Working-Spaces und zuverlässiger Internetverbindungen.

5. Vor- und Nachteile sowie Herausforderungen für Arbeitnehmer und Arbeitgeber

Vorteile:

Für Arbeitnehmer:

- **Flexiblere Gestaltung von Arbeit und Freizeit:** Laut DRV-Umfrage geben über 50 % der Führungskräfte an, dass flexible Arbeitsmodelle die Work-Life-Balance verbessern.
- **Attraktivere Arbeitsumgebung:** Mitarbeitende profitieren von inspirierenden Arbeitsorten, die Kreativität und Motivation fördern.

Für Arbeitgeber:

- **Steigerung der Arbeitgeberattraktivität:** Unternehmen, die diese Modelle ermöglichen, gewinnen im Wettbewerb um Talente an Bedeutung. 78 % der Männer und 66 % der Frauen sehen Workation als zunehmend wichtig.
- **Höhere Produktivität und Bindung:** Mitarbeitende, die von flexiblen Optionen profitieren, sind oft zufriedener und loyaler.

Herausforderungen:

- **Arbeitsrecht und Steuern:** Arbeiten im Ausland wirft Fragen zu arbeitsrechtlichen Bestimmungen und steuerlichen Verpflichtungen auf.
- **IT-Sicherheit:** Remote Work an internationalen Standorten erfordert Maßnahmen zum Schutz sensibler Unternehmensdaten.
- **Trennung von Arbeit und Freizeit:** Mitarbeitende könnten Schwierigkeiten haben, klare Grenzen zwischen beruflichen und privaten Phasen zu ziehen.

6. Chancen und Herausforderungen für den Reisevertrieb

Chancen:

- **Neue Umsatzpotenziale:** Reiseanbieter können maßgeschneiderte Bleisure- und Workation-Angebote entwickeln.
- **Beratungsbedarf:** Geschäftsreisebüros gewinnen an Bedeutung durch die Komplexität solcher Reisen. Immer mehr Geschäftsreisebüros (u.a. LCC) bieten inzwischen „Full-Service-Buchungen“ an, bei denen sowohl der berufliche als auch der private Teil einer Reise organisiert wird. Dabei helfen sie Unternehmen, zwischen geschäftlichen und privaten Kosten klar zu unterscheiden und stellen sicher, dass Richtlinien eingehalten werden.

Herausforderungen:

- **Komplexität der Reiseplanung:** Unternehmen erwarten, dass Reisebüros ihrer Expertenrolle gerecht werden und rechtliche, steuerliche und organisatorische Aspekte übernehmen.
- **Zielgruppenorientierung:** Angebote müssen flexibel gestaltet werden, um sowohl ältere als auch jüngere Generationen anzusprechen.

6. Zusammenfassung

Bleisure Travel und Workation sind keine vorübergehenden Erscheinungen, sondern Ausdruck eines grundlegenden Wandels in der Arbeitswelt. Die Digitalisierung und der Fachkräftemangel treiben diese Entwicklungen voran. Für Arbeitnehmer eröffnen sie neue Möglichkeiten für eine verbesserte Work-Life-Balance, während Arbeitgeber dadurch ihre Attraktivität steigern können. Das ist insbesondere in Zeiten des Fachkräftemangels ein nicht zu unterschätzendes Kriterium.

Für die erfolgreiche Umsetzung dieser Trends bedarf es klarer Regelungen, technologischer Infrastruktur und kompetenter Beratung. Hotels, Fluggesellschaften und Kreuzfahrtanbieter reagieren mit spezialisierten Angeboten, und Geschäftsreisebüros entwickeln sich zu zentralen Partnern, die nicht nur Reisen buchen, sondern auch den privaten Teil von Bleisure Travel integrieren können.

Ich freue mich auf den Austausch mit Ihnen.

Markus Orth

Managing Director, Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH, Frankfurt
Mitglied im DRV-Vorstand, Berlin
Vorsitzender des Aufsichtsrates LCC Reisebüro AG, Frankfurt