**„Workation, Bleisure & Team-Retreats – aufstrebende Marktchancen im Tourismus“**

So sehr Workation, Bleisure und Team-Retreats für Trendthemen in der Geschäftsreise- und MICE-Welt stehen, so sehr lassen sie sich auch in ein etabliertes Themenfeld einordnen. Denn Tagen mit Seekulisse und anschließendem Team-Bogenschießen gibt es schon lange. Die Suche nach Inspirationsorten, nach Wegen der Mitarbeiterbindung und neuen Sinnversprechen in Arbeitsthemen – sie prägten auch schon vor der Corona-Pandemie Strategien von Unternehmen wie auch Tourismusdienstleistern.

Auch über Bleisure und Workation wird bereits seit mehreren Jahren international gesprochen: In der Studie der Expedia Group Media Solutions von 2018 gaben über 60 % der befragten Geschäftsreisenden an, dass ihre Business-Trips in einen privaten Kurzurlaub übergingen. 68 % der Geschäftsreisenden haben, laut der internationalen Analyse „Egencia 2018 Bleisure Trends“, mindestens einmal pro Jahr eine Bleisure-Reise unternommen. Fest planten sie 32 % der Europäer ein, 41 % der Nordamerikaner und die Hälfte im asiatisch-pazifischen Raum.
In Deutschland hatten 2019, laut der Studie „Chefsache Business Travel 2019“ als Initiative von TMCs im Deutschen Reiseverband (DRV), 72 % der Geschäftsreisenden eine Bleisure-Reise unternommen. Dies galt vor allem für Berufstätige, die häufige Dienstreisen unternahmen, für Geschäftsführer und Vorstände wie auch für angestellte Fach- und Führungskräfte. Zudem zeigten im Altersvergleich Jüngere das größte Interesse.

Der Tourismus reagierte, wenn auch vorsichtig, mit ersten Verlängerungsangeboten im Businesshotel, Serviced-Apartment-Betrieb oder in Zielen in der Umgebung. Im Bereich Workation sorgten bereits Pioniere und Tourismuspreisträger wie das Coconat als Workation Retreat in Bad Belzig für Aufmerksamkeit: Mit Brainstormings auf der Gutshof-Schaukel, Teamessen am Lagerfeuer, Gartenarbeit, Übernachtung im Hotelzimmer oder im Schwebezelt. Manche Gäste blieben schon 2019 sechs Monate, etwa die Hälfte kam aus dem Ausland. Und sie alle trafen und treffen auf die Feuerwehr oder den Dorfverein, die die Räume kostenlos mit nutzen.

**Tagen neu gedacht, weil das Arbeiten neu gedacht wurde ...**

... und bekanntermaßen hat Corona hier für einen weiteren entscheidenden Schub gesorgt. Die Geschäftsreisewelt blickte mit dem Siegeszug der Online-Meetings bald auf deutlich weniger Tagesreisen und dafür inzwischen längere, termingebündelte Aufenthalte von durchschnittlich 2,6 Tagen im letzten Jahr (VDR-Geschäftsreiseanalyse 2024). Das Volumen an Geschäftsreisen hat – mit dem MICE-Business als wichtiger Treiber – wieder deutlich zugelegt, liegt aber noch immer 40 % unter der Zahl an Geschäftsreisen von 2019. Denn die Unternehmen sind konfrontiert mit gewachsenen Kosten bei klammen Firmenbudgets durch eine geschwächte allgemeine Konjunktur. Und Bleisure und Workation als erklärte Top-Trends in vielen Tourismusstudien der Corona-Zeit? Sie treffen bei inzwischen komplett flexiblen Arbeitszeitangeboten (100 % der Unternehmen gestatten ihren Mitarbeitern aktuell mindestens teilweise die Arbeit von Zuhause oder innerhalb Deutschlands, VDR-Geschäftsreiseanalyse 2024) auf eine wachsende Mitarbeiternachfrage. Unternehmen suchen als Folge nach Optionen, Rechtswegen und Marktangeboten für Bleisure und Workation. Ob Adidas mit zehn Tagen oder das Online-Portal Idealo mit 180 – das Gros der Firmen in Deutschland erlaubt derzeit 30 Workation-Tage im Jahr, und viele beschränken den Radius auf die EU. Dies weil hier viele Sozialversicherungs- bis Steuerthemen geklärt sind, im Inland sowieso.

**Wachsende Professionalisierung**

New Work trifft auf New Destinations. Ein „Arbeitstourismus“ mit Bleisure- und Workation-Angeboten erhält Raum für eine Entwicklung. Und vor allem für besondere, vielfach noch neu gestaltbare Tourismusdestinationen wie in Brandenburg.
 Aktuell findet eine Etablierung und Professionalisierung der New-Work-Reisethemen statt, dies vor allem auch durch die Wissenschaft, durch Politik, durch Vereine mit Gütesiegeln (z.B. CoworkationAlps) und in wachsendem Maße durch die Tourismuswirtschaft – vom Softwareunternehmen, das Workation-Anträge prüft, bis hin zu Bleisure Retreats und Offsite-Anbietern durch Hoteliers und Gründern aus anderen Branchen. Die verschiedenen Tourismusangebote differenzieren sich auf der theoretischen wie praktischen Ebene aus in Bleisure, Workation, Remote Work  , Coworkations, Offsites etc. Die Zielgruppen erweitern sich – vom klassischen digitalen Nomaden hin zu mehr Angestellten auf nahezu allen Hierarchiestufen und in allen Altersbereichen, sowie auch in immer mehr KMU. Denn Bleisure- und Workation-Möglichkeiten entwickeln sich zu einem Standard-Benefit. Schon jetzt haben in einer PwC-Studie 80 % der Gen Y angegeben, es als (sehr) wichtig zu empfinden, bei der Suche nach einem neuen Job Workation-Optionen zu haben.

Die DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus) hat im Mai 2024 Zahlen veröffentlicht, wonach über ein Drittel aller ausländischen Geschäftsreisenden 2023 die Möglichkeit nutzten, ihren Business Trip nach Deutschland mit einem privaten Aufenthalt zu kombinieren.  Damit ist Deutschland im letzten Jahr in Europa das Bleisure-Ziel Nummer 1 gewesen, weltweit Nummer 3, wobei Deutschland generell 2023 wieder das Geschäftsreiseziel Nummer 1 im internationalen Wettbewerb war.
Bleisure ist vor allem ein Thema bei Tagungen, indem drei Viertel der Bleisure-Reisen auf das Segment MICE fällt und damit verbunden auch die Aufenthalte und Ausgaben steigen. Das GCB (German Convention Bureau) und die DZT berichten von 1.767 Euro, die 2023 bei Bleisure-Reisen pro Person und Reise in Deutschland ausgegeben wurden (reine Dienstreisen: 1.432 Euro). Dies vor allem auch, weil 47 % der Bleisure-Reisenden First-Class-Hotels buchen und knapp ein Drittel sonstige bezahlte Unterkünfte nutzt. Mehr als zwei Drittel der Bleisure-Reisen umfassen mindestens vier Übernachtungen. Für die DZT als Marketingorganisation für das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) ein wichtiges Argument, denn Bleisure reduziert damit den anteiligen CO2-Fußabdruck pro Reisetag. Entsprechende Stay Longer-Kampagnen zur Förderung dieses Geschäftsreisetrends hat die DZT bereits aufgesetzt.
Mehr Auslastung, mehr Stärkung der Nebensaison und des ländlichen Raums, neue Zielgruppen, ein modernes Tourismus-Image und Nachhaltigkeit – es spricht viel für mehr Workation, Bleisure & Team-Retreats als aufstrebende Marktchancen im Tourismus.

*Sylvie Konzack, Chefredakteurin, Bleisure Traveller Magazin*