

# Chefsache Business Travel 2016

## Studie 2016

Herausgeber:

Eine Initiative von Travel Management Companies  
im Deutschen ReiseVerband (DRV) sowie der  
Deutschen Lufthansa AG

 **BCD** travel

 **Lufthansa**  
City Center

 **Carlson**  
Wagonlit  
Travel

 **HRG**

 **FCm**  
TRAVEL  
SOLUTIONS

 **DERPART** Travel  
Service

 **Lufthansa**

 **FIRST Business Travel**  
Wir nehmen Service persönlich.

## Inhalt

<b>Untersuchungsansatz</b>	<b>S. 3</b>
<b>Ergebnisse der Untersuchung</b>	
<b>Management Summary</b>	<b>S. 4</b>
<b>Relevanz von Geschäftsreisen</b>	<b>S. 9</b>
<b>Organisation und Zeitmanagement</b>	<b>S. 14</b>
<b>Mobilitätsmanagement</b>	<b>S. 25</b>
<b>Risiko- und Informationsmanagement</b>	<b>S. 31</b>
<b>Auswirkungen der Digitalisierung</b>	<b>S. 48</b>
<b>Gesundheitsaspekte</b>	<b>S. 66</b>
<b>Geschäftsreise der Zukunft</b>	<b>S. 74</b>
<b>Kampagnenwirkung</b>	<b>S. 85</b>
<b>Statistik</b>	<b>S. 87</b>

Hinweis: Diese Marktforschungsergebnisse stellen wir Ihnen als **Hintergrundinformation** zur Verfügung. Statements zu den Studienergebnissen entnehmen Sie bitte den Presseinformationen und Veröffentlichungen des DRV. Diese finden Sie auf: <http://www.chefsache-businesstravel.de>. Gern nennen wir Ihnen Ansprechpartner für Statements.

## Untersuchungsansatz

### Thema der Studie

- Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung zum Thema „Geschäftsreisen“ dar, die im Auftrag vom DRV Deutscher ReiseVerband durchgeführt wurde.

### Befra- gungs- zeitraum

- Die Daten sind im September 2015 erhoben worden.
- Online-Erhebung durch: mo'web research, Düsseldorf.

### Ziel- gruppe

- 110 Geschäftsführer, die selber regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 110 geschäftsreisende Führungs- oder Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern nahmen an der Umfrage teil. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.

### Vergleich

- Vergleiche mit den vorherigen Studien „Business Travel 2013 bis 2015“ wurden an den entsprechenden Stellen eingefügt.

## Inhalt

### **Untersuchungsansatz**

### **Ergebnisse der Untersuchung**

#### **Management Summary**

#### **Relevanz von Geschäftsreisen**

#### **Organisation und Zeitmanagement**

#### **Mobilitätsmanagement**

#### **Risiko- und Informationsmanagement**

#### **Auswirkungen der Digitalisierung**

#### **Gesundheitsaspekte**

#### **Geschäftsreise der Zukunft**

#### **Kampagnenwirkung**

#### **Statistik**

## Management Summary

### **Erfolgsfaktor Geschäftsreisen**

Geschäftsreisen spielen in der Unternehmenswelt weiterhin eine große Rolle. Für sieben von zehn der befragten Geschäftsreisenden fördern Geschäftsreisen die Abschlussbereitschaft von Neu- und Folgeaufträgen. Persönliche Treffen vor Ort würden nach Meinung der Geschäftsreisenden die Abschlussbereitschaft für Folgeaufträge im Durchschnitt um 46 Prozent erhöhen (Seite 13). Besonders wichtig sind Geschäftsreisen, wenn es um den Aufbau von Netzwerken, das Fördern von Geschäftsabschlüssen und das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner geht (Seite 10).

### **Buchungen von Geschäftsreisen**

Mehr als die Hälfte der Unternehmen arbeitet bei der Durchführung von Buchungen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen (Seite 15). Sie profitieren dabei vor allem von einer effizienten Abwicklung der Buchungen, der Beratungskompetenz des Geschäftsreisebüros und dem Angebot der besten Reiseverbindungen (Seite 17). Insbesondere große Unternehmen lassen sich gerne von einem professionellen Geschäftsreisebüro unterstützen (Seite 16).

Die meisten Geschäftsreisenden buchen ihre Reisen über ihr Geschäftsreisebüro selbst – zumeist über eine Online-Plattform, die das Unternehmen zur Verfügung stellt. Hier zählt vor allem die Schnelligkeit der Buchung (Seite 20). Auch bei der Planung einer Reise wird der Online-Kontakt mit dem Geschäftsreisebüro bevorzugt (Seite 22). Wenn dagegen die persönliche Beratung gefragt ist, wickeln mehr als drei Viertel der Befragten ihre Reisebuchung zumindest gelegentlich auch telefonisch ab (Seite 20). Der Wunsch nach einer Kontaktaufnahme per App ist vergleichsweise gering (Seite 22).

### **Wie sich die Geschäftsreisenden am Zielort bewegen**

Am Zielort angekommen, geht es für die Geschäftsreisenden am häufigsten mit Taxi, Mietwagen oder Dienstfahrzeug weiter. Alternative Verkehrsmittel, wie Carsharing oder auch die Nutzung eines Mietfahrrades haben sich dagegen erst wenig etabliert (Seite 26). Dennoch wären fast drei Viertel der Geschäftsreisenden bereit Carsharing zu nutzen, sofern sie sich am

## Management Summary

Zielort auskennen (Seite 29). Dabei zeigen sich Geschäftsführer diesen alternativen Verkehrsmitteln gegenüber deutlich aufgeschlossener als Fach- oder Führungskräfte (Seite 27).

### **Informationen vor Reiseantritt**

Da Flug- und Bahnausfälle oder Streiks die häufigsten Gründe für unvorhergesehene Reiseunterbrechungen sind (Seite 37), wollen die Geschäftsreisenden vor Reiseantritt auch vornehmlich über Verspätungen oder Ausfälle wegen solcher tagesaktueller Ereignisse informiert werden (Seite 35). Diese Informationen werden von den Unternehmen allerdings vergleichsweise selten bereitgestellt (39 Prozent, Seite 43). Besser ist dagegen die Informationsversorgung über ein professionelles Geschäftsreisebüro (Seite 43).

Bei Auslandsreisen ist besondere Unterstützung gefragt. Etwa jeder Dritte Befragte hatte aufgrund fehlender Informationen in den letzten drei Jahren schon einmal Probleme bei Auslandsreisen (Seite 39). Etwa zwei Drittel der Unternehmen helfen ihren Mitarbeitern deswegen bei der Suche nach Informationen zu Risiken im Ausland (Seite 32). Informationen über das Zielland – vor allem zu möglichen Gesundheitsrisiken und zum Reiseverlauf (Seite 41) – stellen sie ihren Mitarbeitern hauptsächlich über das Intranet zur Verfügung (64 Prozent, Seite 33).

### **Unterstützung während der Geschäftsreise**

Neun von zehn Reisenden fühlen sich schon vor der Reise von ihrem Unternehmen gut über mögliche Risiken am Zielort informiert (Seite 44). In etwa jedem zweiten Unternehmen gibt es ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen (Seite 46), mit einer Vielzahl von Maßnahmen, um die geschäftsreisenden Mitarbeiter im Ernstfall unterstützen zu können. Die Top-3-Maßnahmen des Risikomanagements sind: Rückholpläne bei Erkrankung (82 Prozent), Hilfe bei verlorengegangenen oder gestohlenen Papieren (79 Prozent) und ein Ansprechpartner, an den sich die Mitarbeiter im Ernstfall jederzeit wenden können (79 Prozent, Seite 47). Wenn es vor Ort tatsächlich zu Problemen kommt, ist jeder Zweite jedoch auf sich allein gestellt (Seite 44).

## Management Summary

### **Auswirkungen der Digitalisierung**

Geschäftsreisen werden am häufigsten online gebucht – entweder über die Online-Plattform, die das Geschäftsreisebüro zur Verfügung stellt (Seite 19) oder über ein Buchungsportal, wie zum Beispiel Opodo, HRS oder booking.com (Seite 21). Wichtigste Voraussetzung dabei ist der Schutz der persönlichen Daten (Seite 49). In dieser Hinsicht ist das Vertrauen der Geschäftsreisenden groß. Mehr als 90 Prozent der Geschäftsreisenden gehen davon aus, dass ihre Daten bei einer Online-Buchung sicher sind (Seite 51).

Während der Geschäftsreise sind Smartphone oder Blackberry zu ständigen Begleitern geworden. 85 Prozent der Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern für Geschäftsreisen ein mobiles Endgerät zur Verfügung (Seite 52). 60 Prozent der Befragten nutzen Apps (Seite 53), vor allem zur Navigation bzw. Orientierung vor Ort und zum Abrufen ihrer aktuellen Reisedaten (Seite 55). Auch hier steht die Sicherheit der persönlichen Daten wieder in Vordergrund (Seite 62). Allerdings liefern Reise-Apps oft nicht die gewünschten Informationen (Seite 59). Vor allem Geschäftsreisende, die mit einem professionellen Reisebüro zusammenarbeiten, sind von den angebotenen Informationen der allgemein verfügbaren Reise-Apps nicht überzeugt (Seite 61). Sie verlassen sich lieber auf Informationen, die sie direkt von ihrem Reisebüro erhalten.

Eine große Akzeptanz ist dagegen beim Mobile-Payment zu beobachten: Fast neun von zehn Geschäftsreisenden nutzen diese Möglichkeit des mobilen Bezahls auf ihren Reisen oder können sich die Nutzung zukünftig vorstellen (Seite 64).

### **Wie sich Geschäftsreisen auf die Gesundheit auswirken**

Auf Geschäftsreisen bleibt der Gesundheitsaspekt oftmals auf der Strecke: Rund 80 Prozent der Befragten arbeiten auch noch nach den Terminen am Abend. Viele haben auf Geschäftsreisen zu wenig Zeit für ihr gewohntes Sportprogramm und demnach auch weniger Bewegung als üblich. Auch regelmäßiges Essen und eine gesunde Ernährung kommen für mehr als zwei Drittel der Befragten während einer Geschäftsreise zu kurz (Seite 67).

## Management Summary

### **Stressfaktor Reisen**

Knapp die Hälfte der Geschäftsreisenden empfinden den Stresslevel ihrer Geschäftsreisen als hoch (Seite 69). Ein hohes Stresspotenzial ist besonders häufig bei Vielreisenden zu erkennen (Seite 71). Dabei sind vor allem lange Fahrtzeiten und schlechtgeplante Reiseverbindungen die häufigsten Stressverursacher (Seite 70). Das erklärt auch, dass mehr als 90 Prozent der Befragten gerne schon am Vortag anreisen, um ausgeruht bei einem Termin zu erscheinen (Seite 72).

### **Wo die Reise hingehet: Geschäftsreisetrends**

Trotz des hohen Stressfaktors, den eine Geschäftsreise mit sich bringt, geht jeder fünfte Geschäftsreisende nicht davon aus, dass Unternehmen in Zukunft etwas dafür tun, um die Reise entspannter zu gestalten (Seite 75). Die Reisenden selbst haben sich mit dieser Situation arrangiert. Arbeit geht vor: Das Hotel wird mehr und mehr zum Business-Center (Seite 75). Und mehr als 90 Prozent der Geschäftsreisenden wünschen sich ein Hotelzimmer, das sie auch als Arbeitsplatz nutzen können und die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können. Gesundheitliche Aspekte, wie zum Beispiel eine gesunde Ernährung werden dagegen hintenangestellt (Seite 77). Trotzdem achten nahezu alle Geschäftsreisenden auf eine angenehme Atmosphäre des Hotels, um zwischendurch auch einmal entspannen zu können (Seite 81). Je häufiger die Befragten unterwegs sind, desto höher sind auch die Ansprüche an das Hotel. Durch die Reiserichtlinien des Unternehmens haben allerdings mehr als 40 Prozent der Geschäftsreisenden auf die Wahl des Hotels keinen Einfluss (Seite 81).

Hinweis: Diese Marktforschungsergebnisse stellen wir Ihnen als **Hintergrundinformation** zur Verfügung. Statements zu den Studienergebnissen entnehmen Sie bitte den Presseinformationen und Veröffentlichungen des DRV. <http://www.chefsache-businesstravel.de/news/presseinfos>. Auszüge dieser Studie sind zur Veröffentlichung frei. Bei Interesse wenden Sie sich bitte an [presse@drv.de](mailto:presse@drv.de).

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

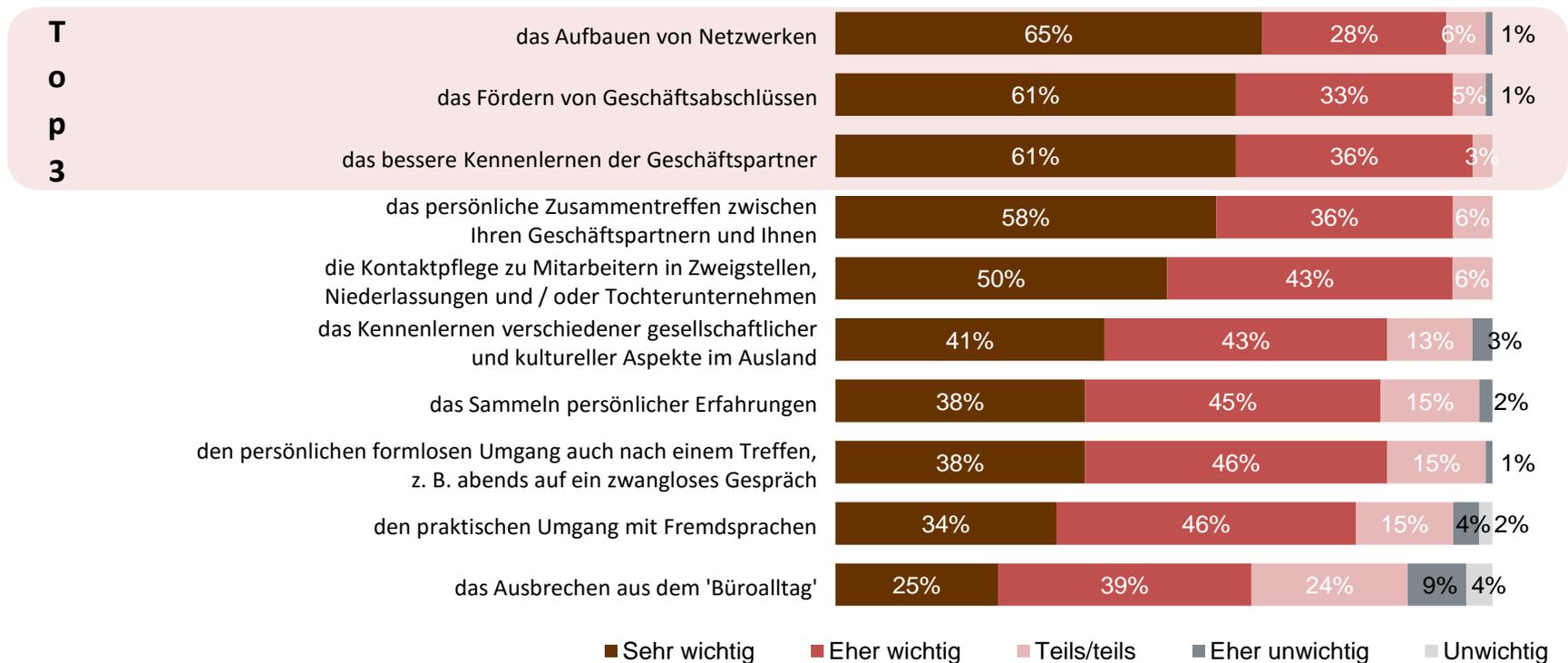
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Relevanz von Geschäftsreisen

Top-Gründe für Geschäftsreisen: Aufbau von Netzwerken, Fördern von Geschäftsabschlüssen und das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner



Frage 1: Kommen wir nun zu Ihren Geschäftsreisen und deren Bedeutung für Sie. Wie wichtig sind Ihnen Geschäftsreisen im Hinblick auf...

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach „Sehr wichtig“)

## Relevanz von Geschäftsreisen

Für Frauen zählt auf Geschäftsreisen in erster Linie das Aufbauen von Netzwerken, für Männer dagegen das persönliche Treffen.

Top: Sehr wichtig	Position			Geschlecht	
	Gesamt	Geschäfts- führung,-leitung oder Vorstand	Führungs- kraft/ Fachkraft	Männer	Frauen
	Basis (Fallzahl)				
	220	110	110	110	110
das Aufbauen von Netzwerken	65%	71%	58%	59%	70%
das Fördern von Geschäftsabschlüssen	61%	59%	63%	64%	58%
das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner	61%	57%	65%	63%	59%
das persönliche Zusammentreffen zwischen Ihren Geschäftspartnern und Ihnen	58%	54%	63%	65%	51%
die Kontaktpflege zu Mitarbeitern in Zweigstellen, Niederlassungen und / oder Tochterunternehmen	50%	45%	56%	52%	49%
das Kennenlernen verschiedener gesellschaftlicher und kultureller Aspekte im Ausland	41%	45%	37%	38%	44%
das Sammeln persönlicher Erfahrungen	38%	29%	47%	37%	39%
den persönlichen formlosen Umgang auch nach einem Treffen, z. B. abends auf ein zwangloses Gespräch	38%	34%	43%	44%	33%
den praktischen Umgang mit Fremdsprachen	34%	32%	36%	30%	38%
das Ausbrechen aus dem 'Büroalltag'	25%	21%	29%	23%	27%

■ 5 Prozentpunkte und mehr  
unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über  
Gesamtdurchschnitt

Frage 1: Kommen wir nun zu Ihren Geschäftsreisen und deren Bedeutung für Sie. Wie wichtig sind Ihnen Geschäftsreisen im Hinblick auf....

Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP: „Sehr wichtig“)

## Relevanz von Geschäftsreisen

Bei Geschäftsreisenden, die eher selten unterwegs sind, ist vor allem das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner wichtig.

Top: Sehr wichtig	Anzahl Geschäftsreisen				
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54
das Aufbauen von Netzwerken	65%	47%	65%	56%	85%
das Fördern von Geschäftsabschlüssen	61%	61%	68%	62%	50%
das bessere Kennenlernen der Geschäftspartner	61%	78%	67%	66%	37%
das persönliche Zusammentreffen zwischen Ihren Geschäftspartnern und Ihnen	58%	64%	64%	62%	43%
die Kontaktpflege zu Mitarbeitern in Zweigstellen, Niederlassungen und / oder Tochterunternehmen	50%	53%	49%	52%	48%
das Kennenlernen verschiedener gesellschaftlicher und kultureller Aspekte im Ausland	41%	36%	42%	38%	46%
das Sammeln persönlicher Erfahrungen	38%	64%	41%	31%	26%
den persönlichen formlosen Umgang auch nach einem Treffen, z. B. abends auf ein zwangloses Gespräch	38%	47%	38%	33%	39%
den praktischen Umgang mit Fremdsprachen	34%	44%	35%	34%	26%
das Ausbrechen aus dem 'Büroalltag'	25%	39%	19%	18%	31%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

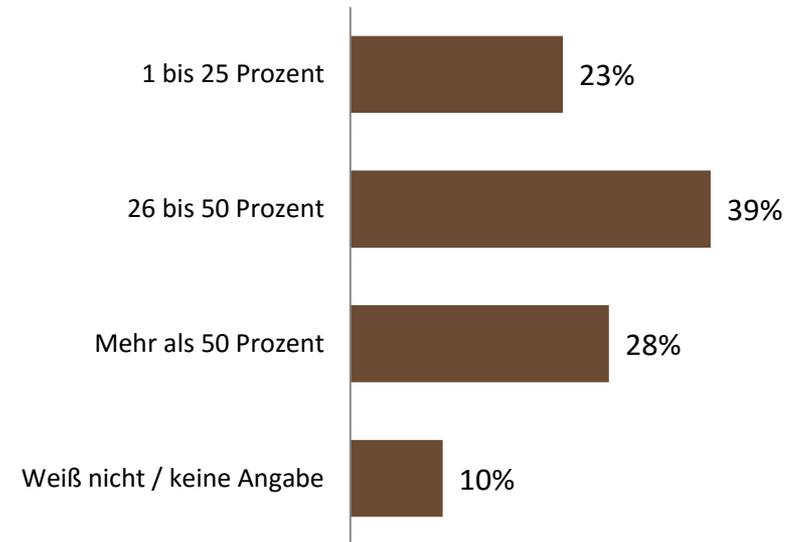
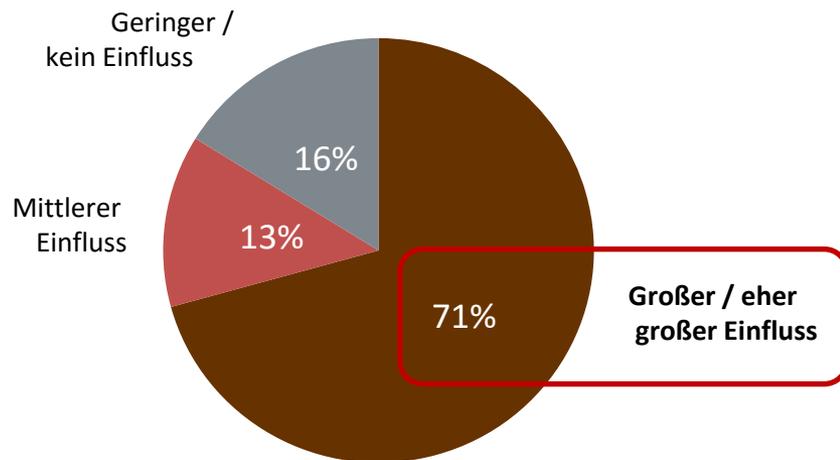
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 1: Kommen wir nun zu Ihren Geschäftsreisen und deren Bedeutung für Sie. Wie wichtig sind Ihnen Geschäftsreisen im Hinblick auf....

Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP: „Sehr wichtig“)

## Relevanz von Geschäftsreisen

Sieben von zehn Geschäftsreisenden sehen einen großen Einfluss von Geschäftsreisen auf die Abschlussbereitschaft von Neu- und Folgeaufträgen.



Nach Meinung der Geschäftsreisenden erhöhen persönliche Treffen die Abschlussbereitschaft für **Folgeaufträge** im Durchschnitt um **46%**.

Frage 2: Welchen Einfluss haben Ihrer Meinung nach Geschäftsreisen, also persönliche Treffen mit Ihren Kunden bzw. potenziellen Kunden, auf die Abschlussbereitschaft von Neu- bzw. Folgeaufträgen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skalierte Abfrage von 1 = Sehr großer Einfluss bis 10 = Kein Einfluss: Großer Einfluss (1-3), Mittlerer Einfluss (4-7), Geringer /kein Einfluss (8-10))

Frage 3: Und nun denken Sie einmal an einen Ihrer Kunden. Dieser Kunde zeigt die Bereitschaft, einen Folgeauftrag mit einem größeren Umsatzvolumen zu vergeben. Um wie viel Prozent würde Ihrer Meinung nach ein persönliches Treffen bei Ihrem Kunden vor Ort, die Abschlussbereitschaft erhöhen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Offene Abfrage)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

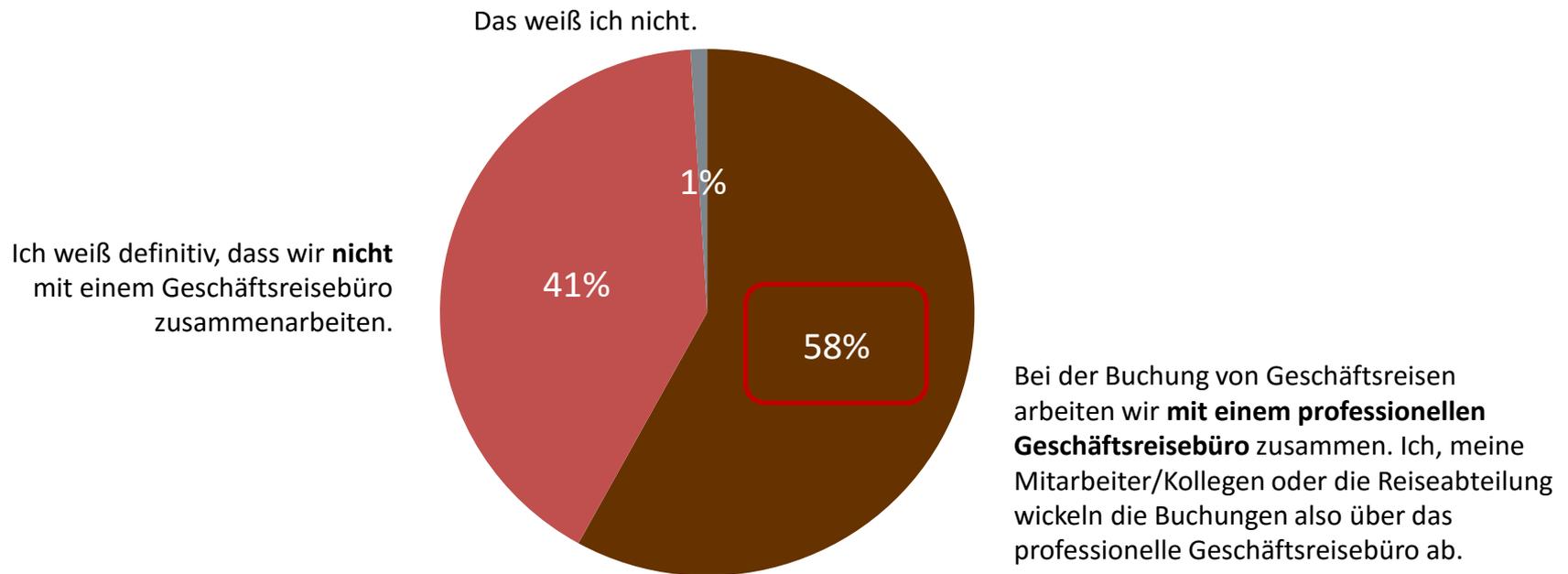
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Organisation und Zeitmanagement

Mehr als die Hälfte der Unternehmen arbeitet bei der Durchführung von Buchungen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen.



Frage 4: Arbeitet Ihr Unternehmen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Organisation und Zeitmanagement

Vor allem größere Unternehmen überlassen die Buchungen gerne einem professionellen Geschäftsreisebüro.

Basis (Fallzahl)	Unternehmensgröße				Branche		
	Gesamt	250 bis 499 Mitarbeiter	500 bis 999 Mitarbeiter	1.000 Mitarbeiter oder mehr	Handel	Dienstleistung	Produzierendes Gewerbe/ Industrie
	220	80	90	50	46	100	66
Bei der Buchung von Geschäftsreisen arbeiten wir mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen.	<b>58%</b>	43%	69%	64%	65%	42%	76%
Ich weiß definitiv, dass wir nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten.	<b>41%</b>	58%	30%	34%	33%	58%	23%
Das weiß ich nicht.	<b>1%</b>	0%	1%	2%	2%	0%	2%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

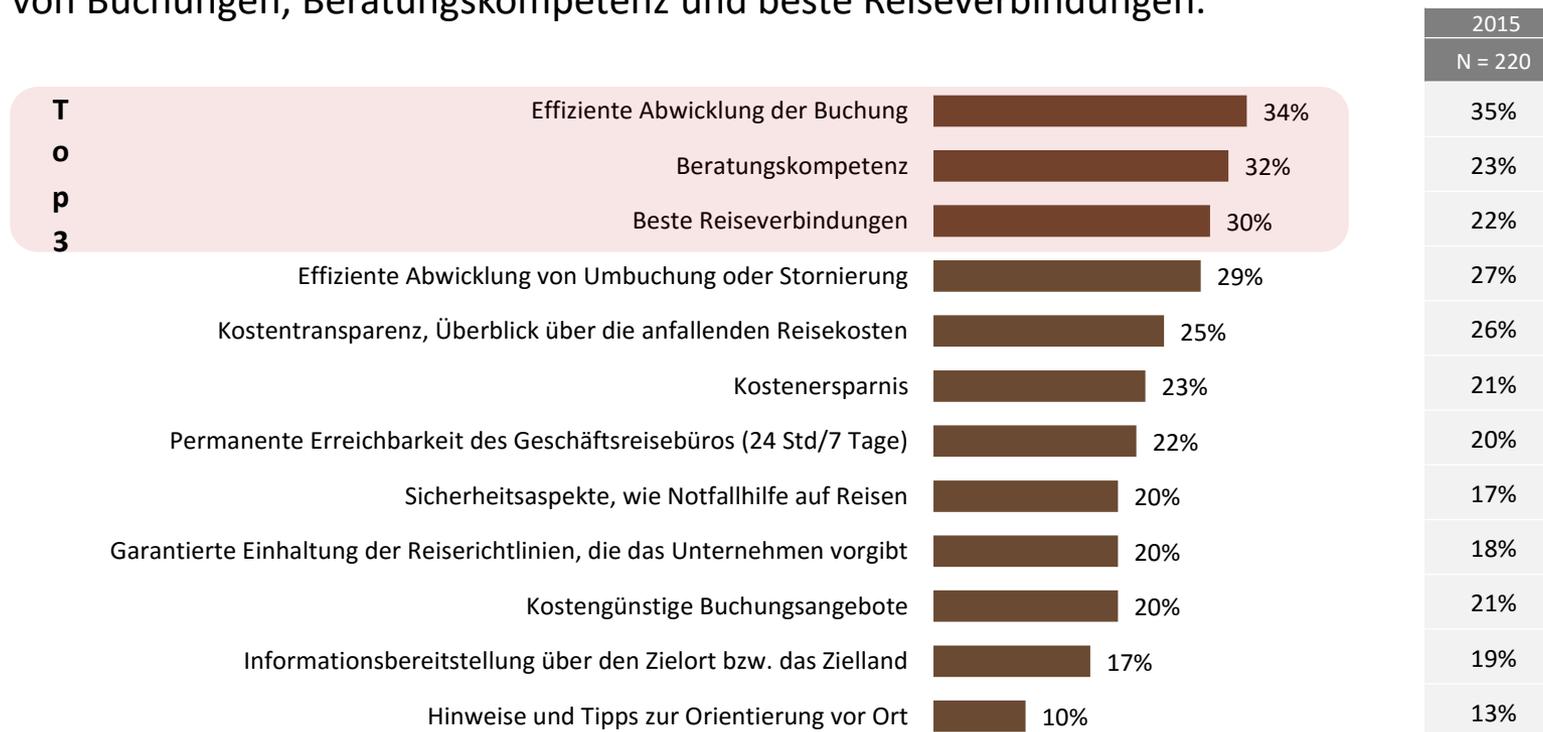
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 4: Arbeitet Ihr Unternehmen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Organisation und Zeitmanagement

Top-Vorteile bei der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro: eine effiziente Abwicklung von Buchungen, Beratungskompetenz und beste Reiseverbindungen.



Frage 5: Wo sehen Sie die drei größten Vorteile bei der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung, maximal drei Nennungen)

## Organisation und Zeitmanagement

Wer bereits Erfahrungen mit einem Geschäftsreisebüro gemacht hat, schätzt vor allem die Beratungskompetenz und das Angebot der besten Reiseverbindungen.

	Unternehmensgröße				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	250 bis 499 Mitarbeiter	500 bis 999 Mitarbeiter	1.000 Mitarbeiter oder mehr	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	80	90	50	128	90
Effiziente Abwicklung der Buchung	34%	26%	32%	48%	32%	37%
Beratungskompetenz	32%	36%	21%	44%	38%	23%
Beste Reiseverbindungen	30%	31%	30%	26%	35%	22%
Effiziente Abwicklung von Umbuchung oder Stornierung	29%	25%	29%	34%	26%	31%
Kostentransparenz, Überblick über die anfallenden Reisekosten	25%	15%	33%	26%	28%	21%
Kostenersparnis	23%	24%	20%	28%	24%	21%
Permanente Erreichbarkeit des Geschäftsreisebüros (24 Std/7 Tage)	22%	23%	26%	16%	22%	23%
Sicherheitsaspekte, wie Notfallhilfe auf Reisen	20%	20%	22%	16%	20%	21%
Garantierte Einhaltung der Reiserichtlinien, die das Unternehmen vorgibt	20%	24%	18%	18%	20%	20%
Kostengünstige Buchungsangebote	20%	18%	27%	10%	21%	18%
Informationsbereitstellung über den Zielort bzw. das Zielland	17%	14%	21%	14%	16%	19%
Hinweise und Tipps zur Orientierung vor Ort	10%	18%	4%	10%	9%	11%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

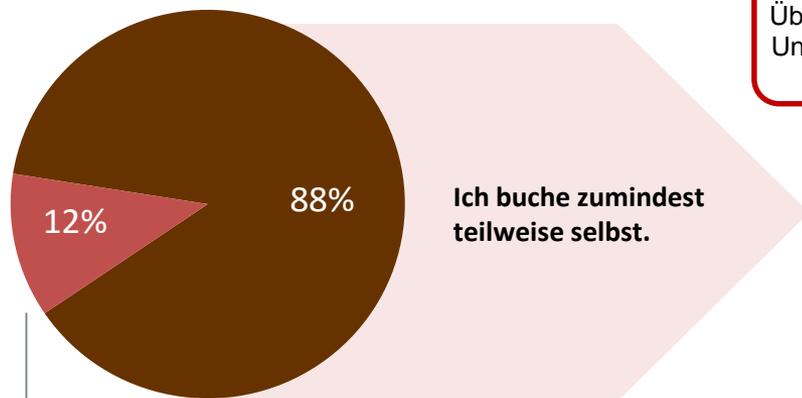
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 5: Wo sehen Sie die drei größten Vorteile bei der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung, maximal drei Nennungen)

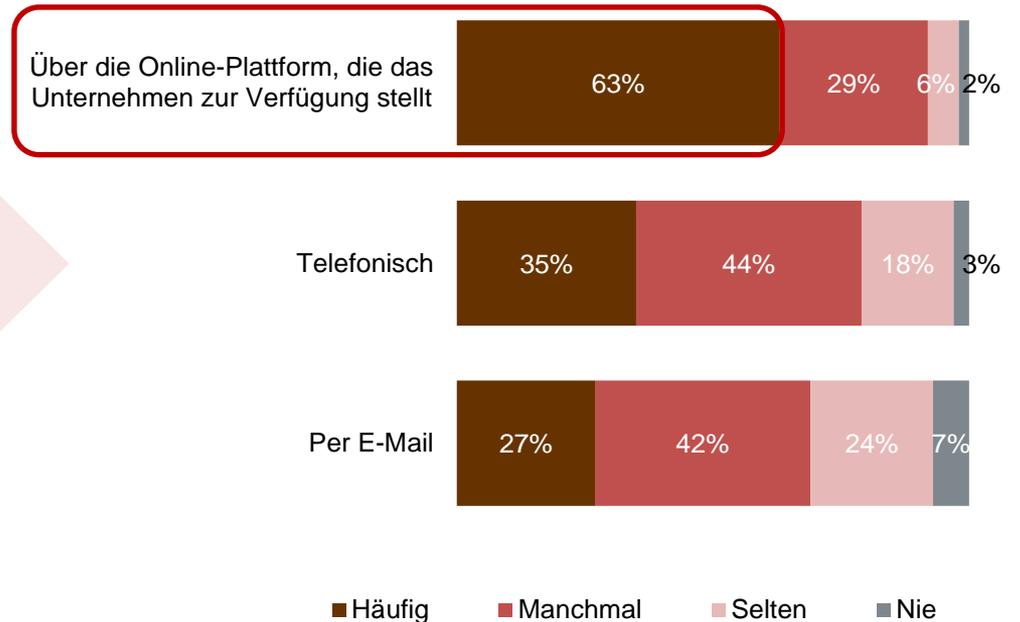
## Organisation und Zeitmanagement

Die meisten Geschäftsreisenden buchen ihre Reisen selbst bei ihrem Geschäftsreisebüro – zumeist über eine Online-Plattform, die das Unternehmen zur Verfügung stellt.



Mitarbeiter/Kollegen oder die Reiseabteilung buchen in der Regel für mich.

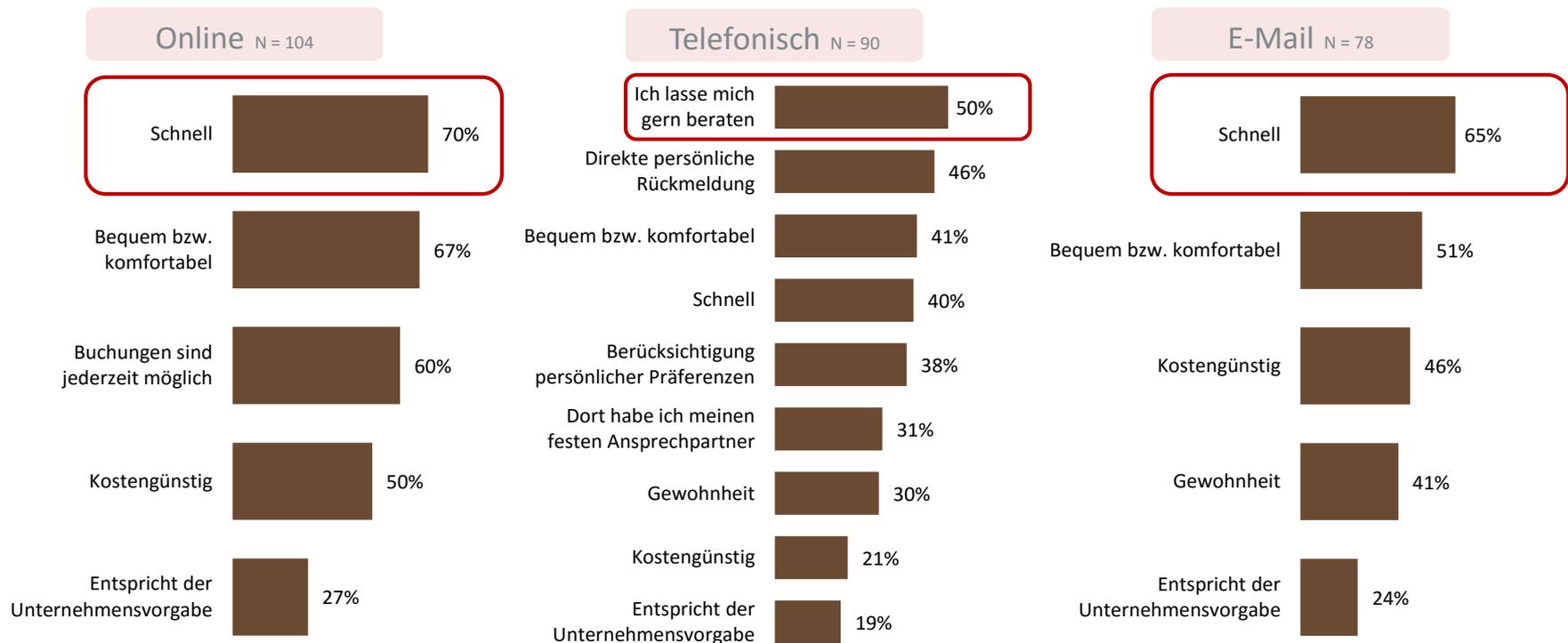
Frage 6: Buchen Sie Ihre Geschäftsreisen zumindest teilweise selbst oder buchen Ihre Mitarbeiter/Kollegen in der Regel für Sie?  
Basis: Befragten, die über ein Geschäftsreisebüro buchen, N = 128



Frage 7: Wie buchen Sie Ihre Geschäftsreisen bei Ihrem Geschäftsreisebüro?  
Basis: Befragte, die ihre Geschäftsreisen zumindest teilweise selbst über ein Geschäftsreisebüro buchen, N = 113

## Organisation und Zeitmanagement

Reisende, die ihre Buchung telefonisch abwickeln, lassen sich auf diesem Weg gerne persönlich beraten. Für Online- und E-Mail-Bucher zählt die Schnelligkeit.

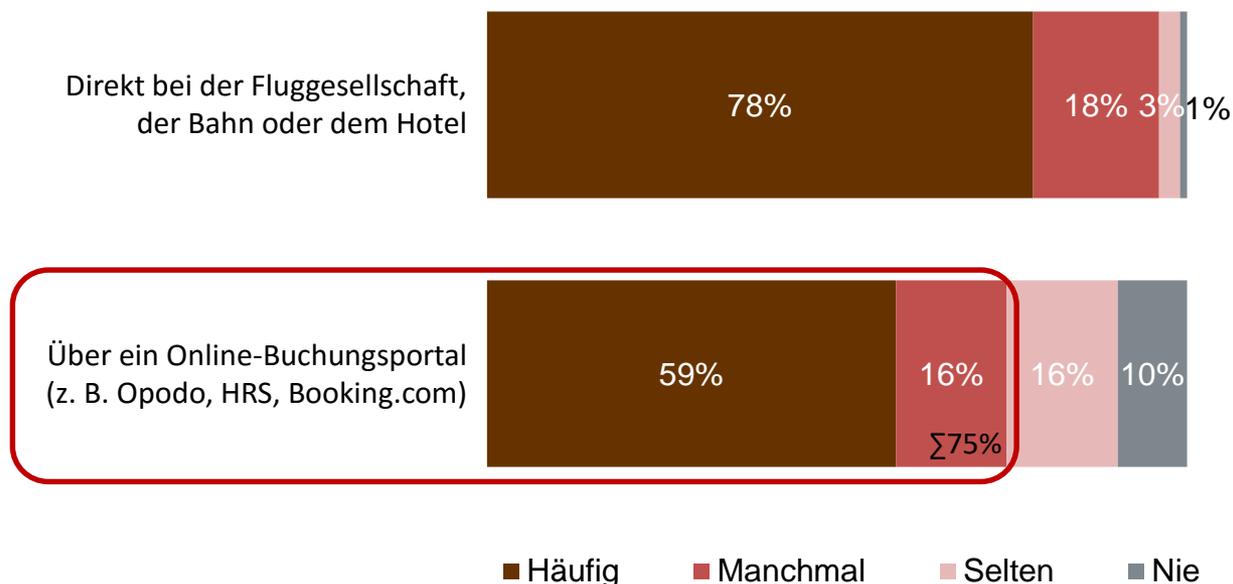


Frage 8: Warum buchen Sie [...online/...telefonisch/...per E-Mail]?

Basis: Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten und ihre Geschäftsreisen zumindest manchmal [...online/...telefonisch/...per E-Mail] buchen, N = 104/90/78 (Mehrfachnennung)

## Organisation und Zeitmanagement

Drei Viertel der Geschäftsreisenden, die nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, nutzen die Möglichkeit der Online-Buchung über ein Buchungsportal.

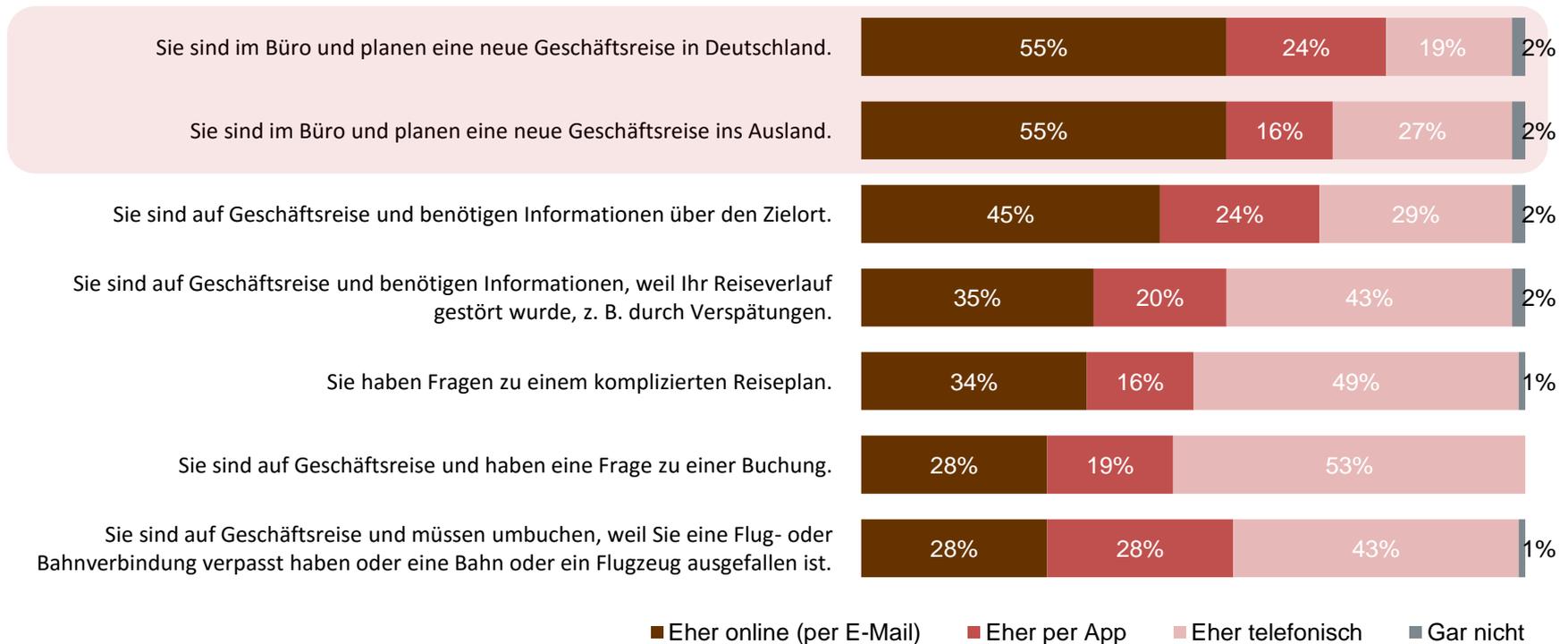


Frage 8D: Wie buchen Sie Ihre Geschäftsreisen?

Basis: Befragte, die nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 90

## Organisation und Zeitmanagement

Wenn es um die Planung einer Reise geht, wird der Online-Kontakt mit dem Geschäftsreisebüro bevorzugt.

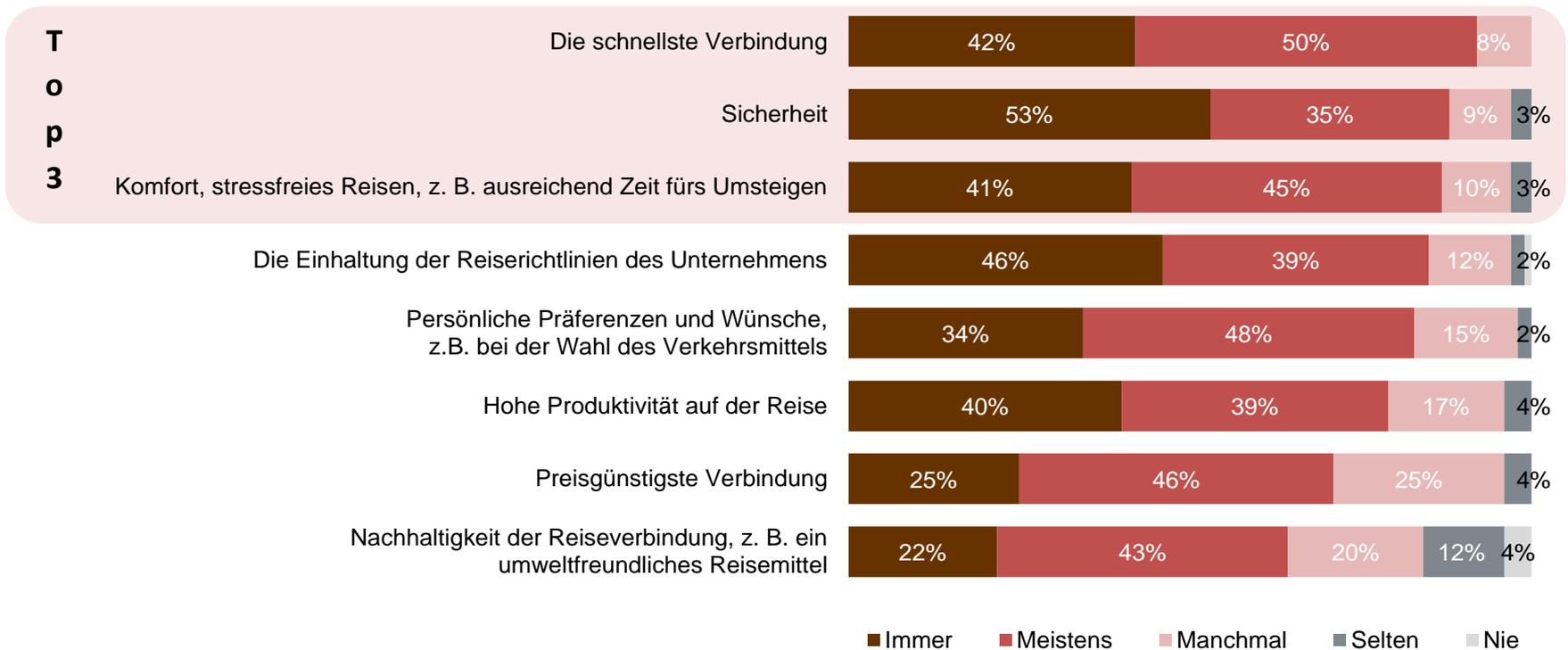


Frage 9: Angenommen, Sie sind in einer der unten genannten Situationen. Wie würden Sie dann mit Ihrem Geschäftsreisebüro Kontakt aufnehmen? Bitte gehen Sie davon aus, dass Sie in jeder der unten genannten Situationen eine Online- bzw. Mobilfunkverbindung haben.

Basis: Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 128 (sortiert nach „Eher online“)

## Organisation und Zeitmanagement

Bei der Buchung einer Reise zählen vor allem eine schnelle Verbindung, Sicherheit und Komfort.



Frage 10: Worauf achten Sie bei der Buchung einer Geschäftsreise?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach Top-2: „Immer“ + „Meistens“)

## Organisation und Zeitmanagement

Zeit ist Geld: Geschäftsführer achten besonders auf schnelle Verbindungen und eine hohe Produktivität bei der Reise.

Top-2: Immer + Meistens	Position			Alter		Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	Geschäftsführung/-leitung oder Vorstand	Führungskraft/Fachkraft	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	128	90
Die schnellste Verbindung	92%	97%	86%	90%	94%	90%	94%
Sicherheit	88%	88%	88%	87%	89%	84%	93%
Komfort, stressfreies Reisen, z. B. ausreichend Zeit fürs Umsteigen	87%	85%	88%	87%	86%	85%	90%
Die Einhaltung der Reiserichtlinien des Unternehmens	85%	85%	84%	85%	84%	84%	86%
Persönliche Präferenzen und Wünsche, z.B. bei der Wahl des Verkehrsmittels	82%	85%	79%	81%	83%	78%	88%
Hohe Produktivität auf der Reise	80%	85%	75%	79%	80%	77%	83%
Preisgünstigste Verbindung	71%	67%	75%	74%	69%	68%	76%
Nachhaltigkeit der Reiseverbindung, z. B. ein umweltfreundliches Reisemittel	65%	71%	58%	70%	59%	65%	64%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 10: Worauf achten Sie bei der Buchung einer Geschäftsreise?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Top-2: „Immer“ + „Meistens“)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

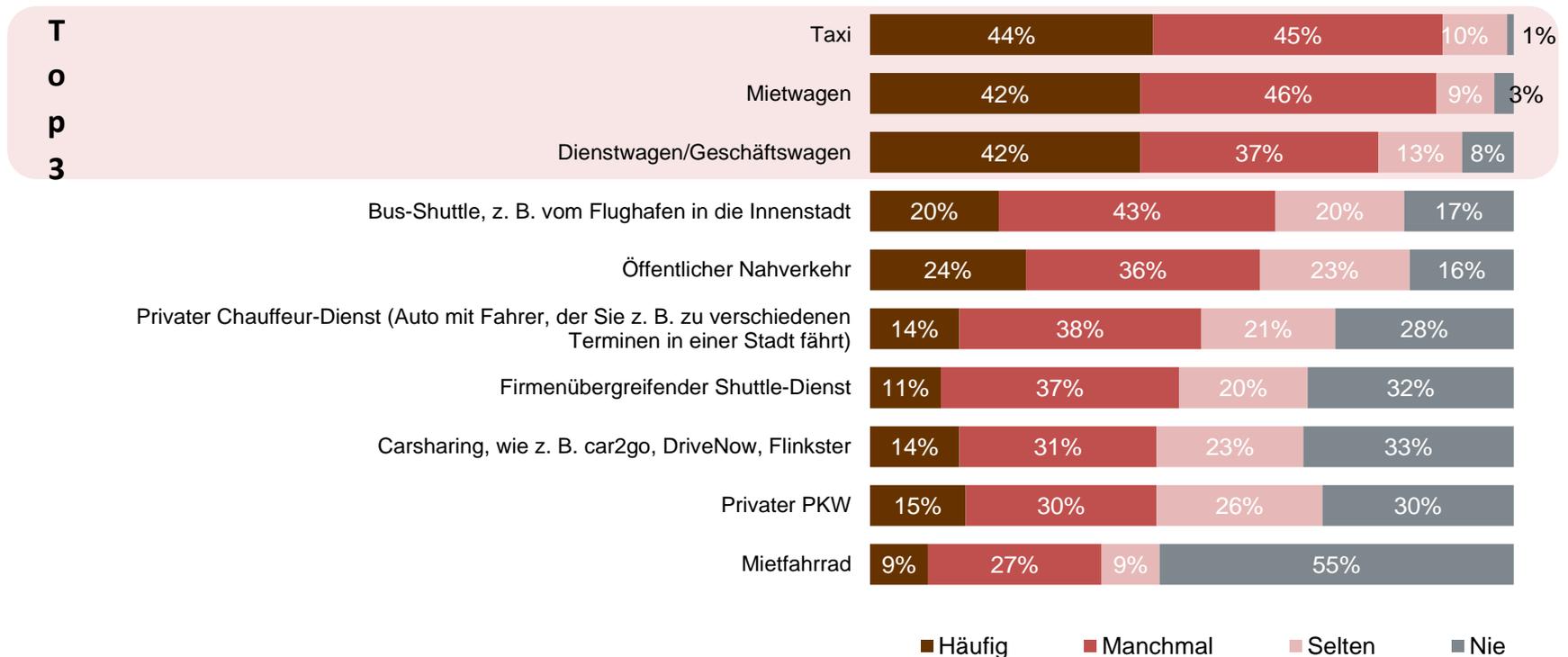
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Mobilitätsmanagement

Taxi, Mietwagen und Dienstwagen sind die meist genutzten Verkehrsmittel am Zielort einer Geschäftsreise.



Frage 11: Angenommen, Sie sind auf Geschäftsreise und am Zielort angekommen. Mit welchen Verkehrsmitteln bzw. Reismöglichkeiten bewegen Sie sich dann am Zielort weiter?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach Top-2: „Häufig“ + „Manchmal“)

## Mobilitätsmanagement

Neben dem Dienstwagen oder einem privaten Chauffeur-Dienst nutzen Geschäftsführer vergleichsweise häufig ein Mietfahrrad am Zielort.

Top-2: Häufig + Manchmal	Gesamt	Position		Geschlecht		Alter	
		Geschäfts- führung,-leitung oder Vorstand	Führungs- kraft/ Fachkraft	Männer	Frauen	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	110	110
Taxi	89%	91%	86%	89%	88%	90%	87%
Mietwagen	88%	87%	88%	89%	86%	86%	89%
Dienstwagen/Geschäftswagen	80%	88%	71%	78%	81%	81%	78%
Bus-Shuttle, z. B. vom Flughafen in die Innenstadt	64%	65%	62%	59%	68%	71%	56%
Öffentlicher Nahverkehr	60%	59%	62%	59%	62%	67%	54%
Privater Chauffeur-Dienst (Auto mit Fahrer, der Sie z. B. zu verschiedenen Terminen in einer Stadt fährt)	51%	58%	45%	45%	57%	54%	49%
Firmenübergreifender Shuttle-Dienst	48%	50%	46%	44%	53%	55%	42%
Carsharing, wie z. B. car2go, DriveNow, Flinkster	45%	52%	37%	40%	49%	49%	40%
Privater PKW	45%	45%	44%	42%	47%	50%	39%
Mietfahrrad	36%	43%	29%	31%	41%	43%	29%
Sonstige	6%	9%	4%	6%	6%	5%	8%

■ 5 Prozentpunkte und mehr  
unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über  
Gesamtdurchschnitt

Frage 11: Angenommen, Sie sind auf Geschäftsreise und am Zielort angekommen. Mit welchen Verkehrsmitteln bzw. Reisemöglichkeiten bewegen Sie sich dann am Zielort weiter?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Top-2: „Häufig“ + „Manchmal“)

## Mobilitätsmanagement

Vielreisende nutzen auch entsprechend viele verschiedene Verkehrsmittel am Zielort ihrer Reise.

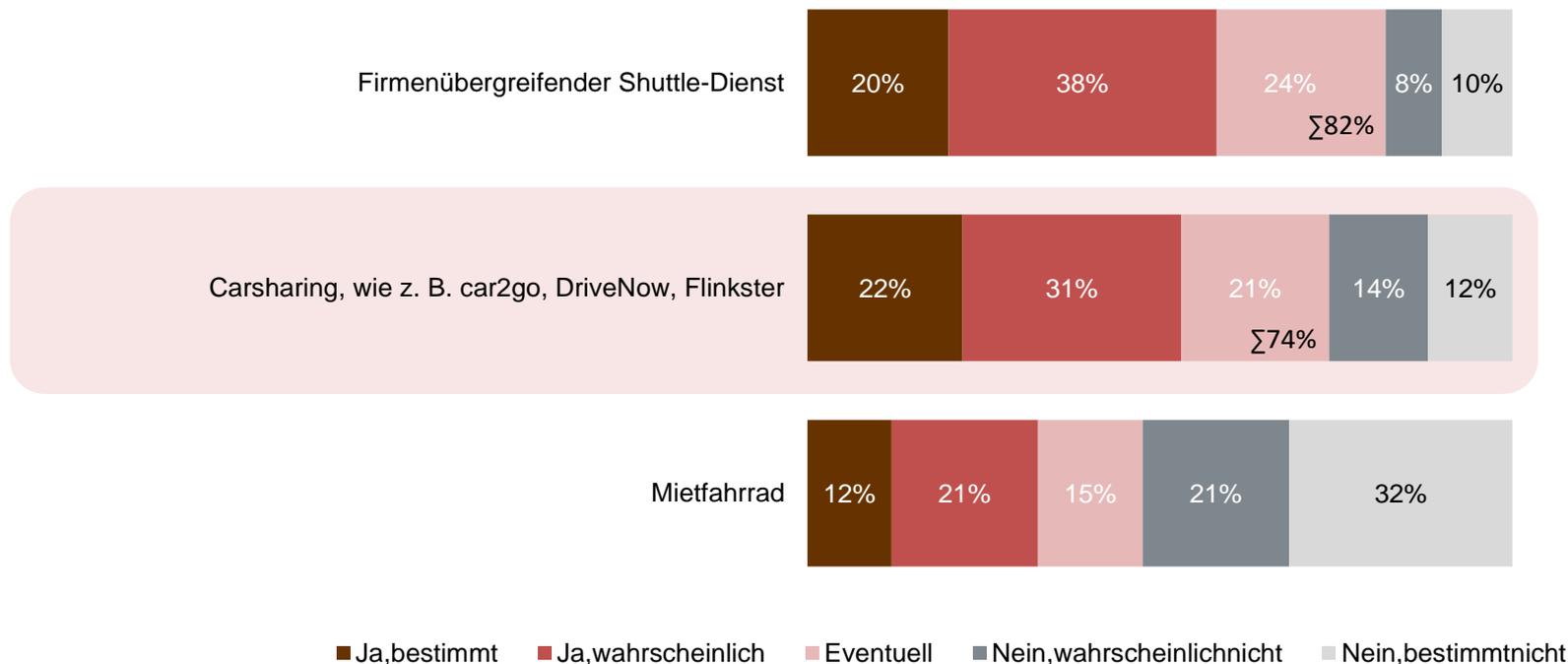
Top-2: Häufig + Manchmal	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54	128	90
Taxi	89%	83%	91%	85%	93%	87%	92%
Mietwagen	88%	89%	91%	80%	91%	93%	80%
Dienstwagen/Geschäftswagen	80%	75%	70%	85%	89%	78%	82%
Bus-Shuttle, z. B. vom Flughafen in die Innenstadt	64%	69%	49%	59%	83%	65%	62%
Öffentlicher Nahverkehr	60%	64%	48%	52%	83%	66%	53%
Privater Chauffeur-Dienst (Auto mit Fahrer, der Sie z. B. zu verschiedenen Terminen in einer Stadt fährt)	51%	39%	36%	52%	78%	40%	68%
Firmenübergreifender Shuttle-Dienst	48%	42%	38%	44%	70%	48%	48%
Carsharing, wie z. B. car2go, DriveNow, Flinkster	45%	36%	25%	43%	78%	43%	47%
Privater PKW	45%	33%	29%	34%	83%	40%	51%
Mietfahrrad	36%	31%	20%	33%	63%	34%	39%
Sonstige	6%	3%	0%	11%	11%	3%	11%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt
 ■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 11: Angenommen, Sie sind auf Geschäftsreise und am Zielort angekommen. Mit welchen Verkehrsmitteln bzw. Reismöglichkeiten bewegen Sie sich dann am Zielort weiter?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Top-2: „Häufig“ + „Manchmal“)

## Mobilitätsmanagement

Alternative Verkehrsmittel: Etwa drei Viertel der Geschäftsreisenden würden Carsharing nutzen, sofern sie sich am Zielort gut auskennen.



Frage 12: Angenommen, Sie kennen sich am Zielort Ihrer Geschäftsreise gut aus. Welche dieser alternativen Verkehrsmittel bzw. Reisemöglichkeiten würden Sie in Zukunft nutzen?  
Basis: alle Befragten, N = 220

## Mobilitätsmanagement

Vor allem Vielreisende würden alternative Verkehrsmittel zukünftig nutzen.

Top-2: Ja, bestimmt + Ja, wahrscheinlich	Gesamt	Position		Anzahl Geschäftsreisen			
		Geschäftsführung, -leitung oder Vorstand	Führungskraft/ Fachkraft	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	36	69	61	54
Firmenübergreifender Shuttle-Dienst	<b>58%</b>	60%	55%	53%	51%	51%	78%
Carsharing, wie z. B. car2go, DriveNow, Flinkster	<b>54%</b>	59%	48%	39%	48%	54%	70%
Mietfahrrad	<b>33%</b>	35%	30%	28%	23%	33%	48%
Sonstiges	<b>2%</b>	4%	1%	3%	1%	3%	2%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 12: Angenommen, Sie kennen sich am Zielort Ihrer Geschäftsreise gut aus. Welche dieser alternativen Verkehrsmittel bzw. Reisemöglichkeiten würden Sie in Zukunft nutzen?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Top-2: „Ja, bestimmt“ + „Ja, wahrscheinlich“)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

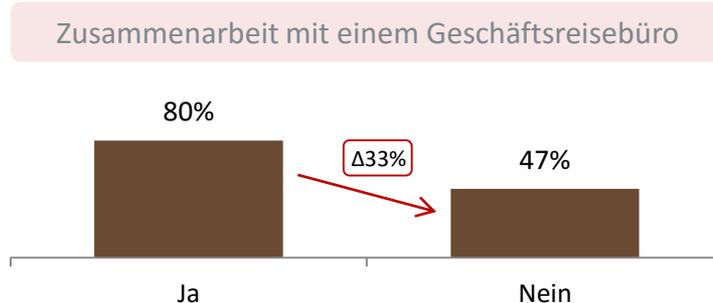
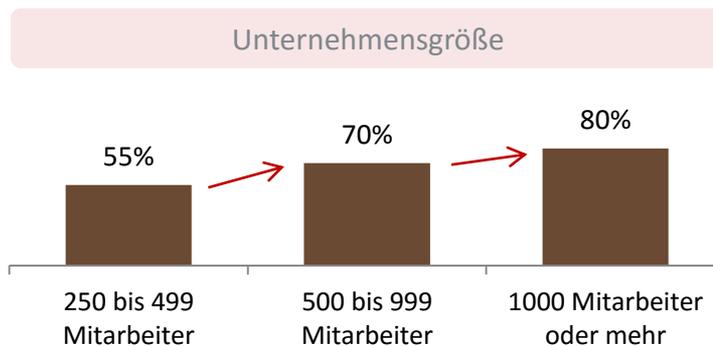
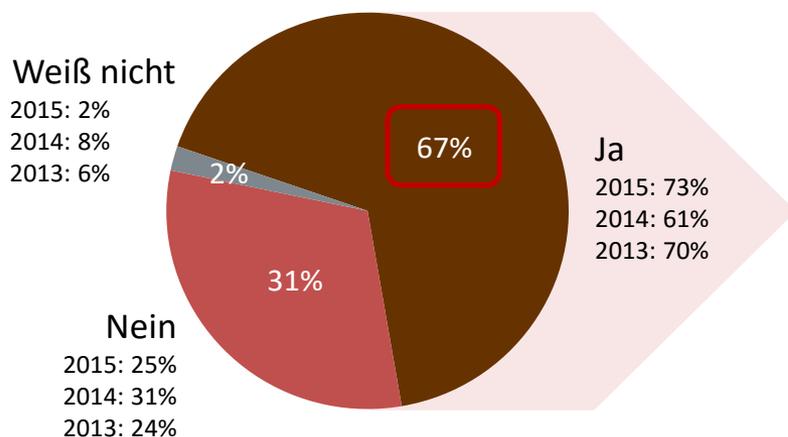
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Risiko- und Informationsmanagement

Etwa zwei Drittel der Unternehmen unterstützen ihre Mitarbeiter auf Geschäftsreisen bei der Suche nach Informationen zu Risiken im Ausland. Eine vergleichsweise große Unterstützung erfahren die Mitarbeiter in großen Unternehmen und über die Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro.

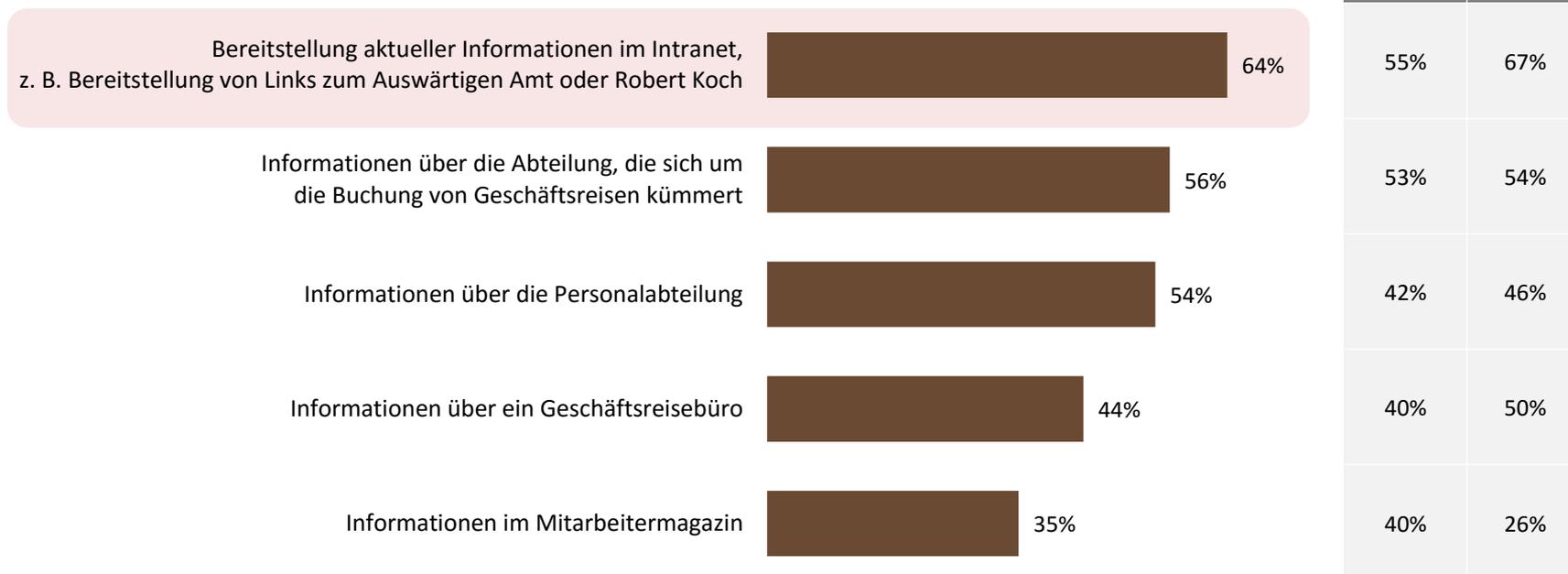


Frage 13: Unterstützt Ihr Unternehmen Sie bei Geschäftsreisen ins Ausland bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?

Basis: alle Befragte, N = 220

## Risiko- und Informationsmanagement

Informationen über Risiken im Zielland werden hauptsächlich über das Intranet zur Verfügung gestellt.



Frage 14: Wie unterstützt Ihr Unternehmen Sie als Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?  
Basis: Befragten, deren Unternehmen Unterstützung anbietet, N = 147 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

In kleinen Unternehmen werden Informationen zu Risiken im Zielland häufig durch die Personalabteilung zur Verfügung gestellt.

	Unternehmensgröße				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	250 bis 499 Mitarbeiter	500 bis 999 Mitarbeiter	1.000 Mitarbeiter oder mehr	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	147	44	63	40	103	42
Bereitstellung aktueller Informationen im Intranet, z. B. Bereitstellung von Links zum Auswärtigen Amt oder Robert Koch	64%	59%	68%	63%	62%	71%
Informationen über die Abteilung, die sich um die Buchung von Geschäftsreisen kümmert	56%	57%	54%	58%	53%	62%
Informationen über die Personalabteilung	54%	66%	44%	55%	50%	62%
Informationen über ein Geschäftsreisebüro	44%	36%	49%	43%	55%	17%
Informationen im Mitarbeitermagazin	35%	39%	38%	28%	42%	19%
Sonstige Maßnahmen	1%	0%	0%	3%	0%	0%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

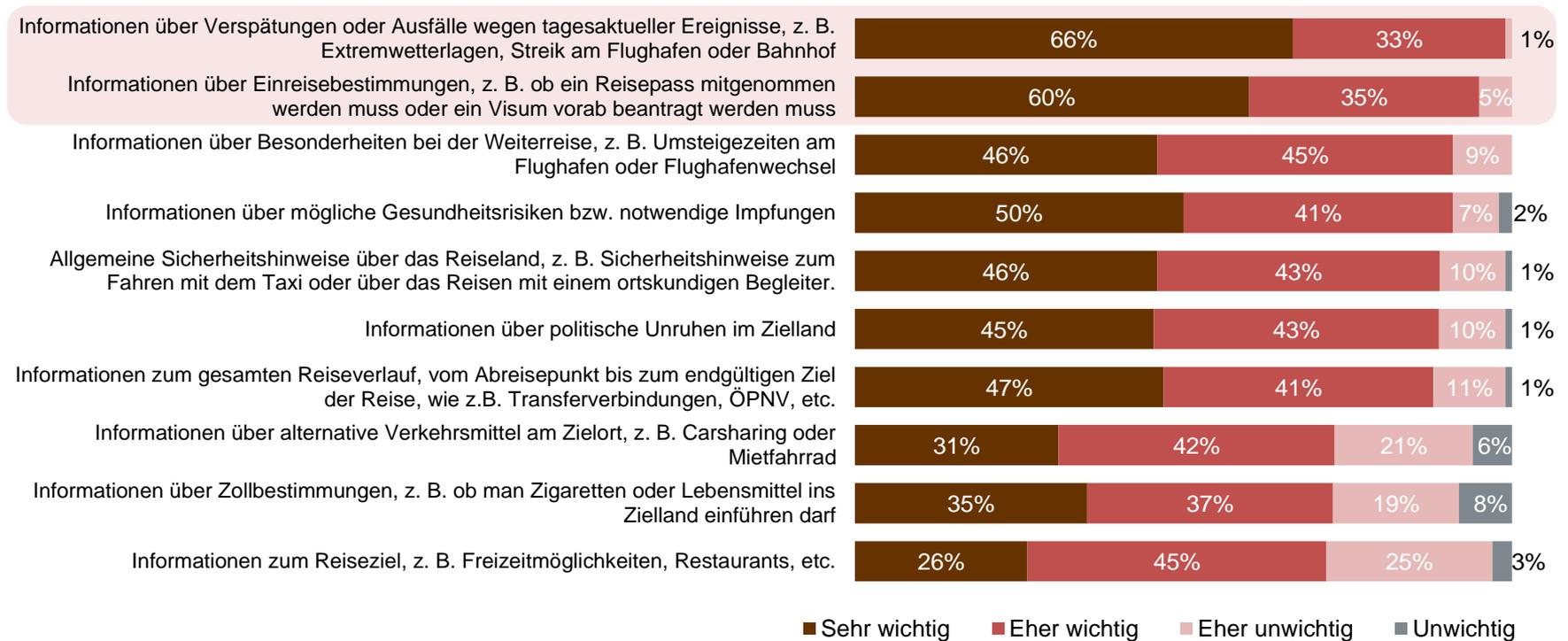
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 14: Wie unterstützt Ihr Unternehmen Sie als Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?

Basis: Befragten, deren Unternehmen Unterstützung anbietet, N = 147 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Zu den wichtigsten Informationen für die Geschäftsreise zählen Hinweise zu kurzfristigen Verspätungen oder Ausfällen und Einreisebestimmungen.



Frage 15: Vor einer Geschäftsreise ist die Zeit meist knapp. Deswegen ist es hilfreich, wenn Unternehmen oder Geschäftsreisebüros Informationen für die Geschäftsreise zur Verfügung stellen. Welche Informationen zur Geschäftsreise durch das Unternehmen oder Geschäftsreisebüros sind Ihnen wichtig?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP-2: „Sehr wichtig“ + „Wichtig“)

## Risiko- und Informationsmanagement

Ein Muss für alle Vielreisenden: Informationen über Einreisebestimmungen und mögliche Gesundheitsrisiken.

Top-2: Sehr wichtig + Eher wichtig	Anzahl Geschäftsreisen				
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
		Basis (Fallzahl)	220	36	69
Informationen über Verspätungen oder Ausfälle wegen tagesaktueller Ereignisse, z. B. Extremwetterlagen, Streik am Flughafen oder Bahnhof	99%	100%	97%	100%	98%
Informationen über Einreisebestimmungen, z. B. ob ein Reisepass mitgenommen werden muss oder ein Visum vorab beantragt werden muss	95%	89%	91%	97%	100%
Informationen über Besonderheiten bei der Weiterreise, z. B. Umsteigezeiten am Flughafen oder Flughafenwechsel	91%	75%	94%	92%	96%
Informationen über mögliche Gesundheitsrisiken bzw. notwendige Impfungen	90%	78%	90%	90%	100%
Allgemeine Sicherheitshinweise über das Reiseland, z. B. Sicherheitshinweise zum Fahren mit dem Taxi oder über das Reisen mit einem ortskundigen Begleiter.	89%	81%	86%	90%	98%
Informationen über politische Unruhen im Zielland	89%	92%	86%	85%	94%
Informationen zum gesamten Reiseverlauf, vom Abreisepunkt bis zum endgültigen Ziel der Reise, wie z.B. Transferverbindungen, ÖPNV, etc.	88%	81%	86%	89%	96%
Informationen über alternative Verkehrsmittel am Zielort, z. B. Carsharing oder Mietfahrrad	73%	58%	70%	75%	85%
Informationen über Zollbestimmungen, z. B. ob man Zigaretten oder Lebensmittel ins Zielland einführen darf	73%	69%	67%	66%	91%
Informationen zum Reiseziel, z. B. Freizeitmöglichkeiten, Restaurants, etc.	71%	61%	61%	70%	93%

Frage 15: Vor einer Geschäftsreise ist die Zeit meist knapp. Deswegen ist es hilfreich, wenn Unternehmen oder Geschäftsreisebüros Informationen für die Geschäftsreise zur Verfügung stellen. Welche Informationen zur Geschäftsreise durch das Unternehmen oder Geschäftsreisebüros sind Ihnen wichtig?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP-2: „Sehr wichtig“ + „Wichtig“)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

Flug- und Bahnausfälle oder Streiks sind die häufigsten Gründe für unvorhergesehene Reiseunterbrechungen.



Frage 16: Manche Geschäftsreisen werden durch unvorhergesehene Ereignisse oder Planungsfehler unterbrochen oder sogar unmöglich gemacht. Von welchen der folgenden Dinge waren Sie schon einmal bei Ihren Geschäftsreisen in den letzten drei Jahren betroffen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Mit unvorhergesehenen Ereignissen, die Verspätungen oder Reiseunterbrechungen zur Folge haben, haben eher Geschäftsreisende zu kämpfen, die nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten.

Basis (Fallzahl)	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
Ich hatte Verspätung wegen eines Flug- oder Bahnausfalls.	220	36	69	61	54	128	90
Ich hatte Verspätung wegen eines Streiks oder konnte die Reise deswegen nicht antreten.	62%	58%	71%	46%	72%	61%	64%
Ich konnte wegen einer Extremwetterlage nicht ab- oder weiterreisen.	60%	33%	48%	48%	69%	42%	62%
Ich habe einen Weiterflug wegen einer zu knappen Umsteigezeit oder wegen eines Flughafenwechsels verpasst.	50%	25%	43%	34%	67%	42%	46%
Ich habe zu viel Zeit beim Einchecken und/oder der Sicherheitskontrolle benötigt und meinen Anschlussflug verpasst.	44%	25%	25%	30%	74%	32%	47%

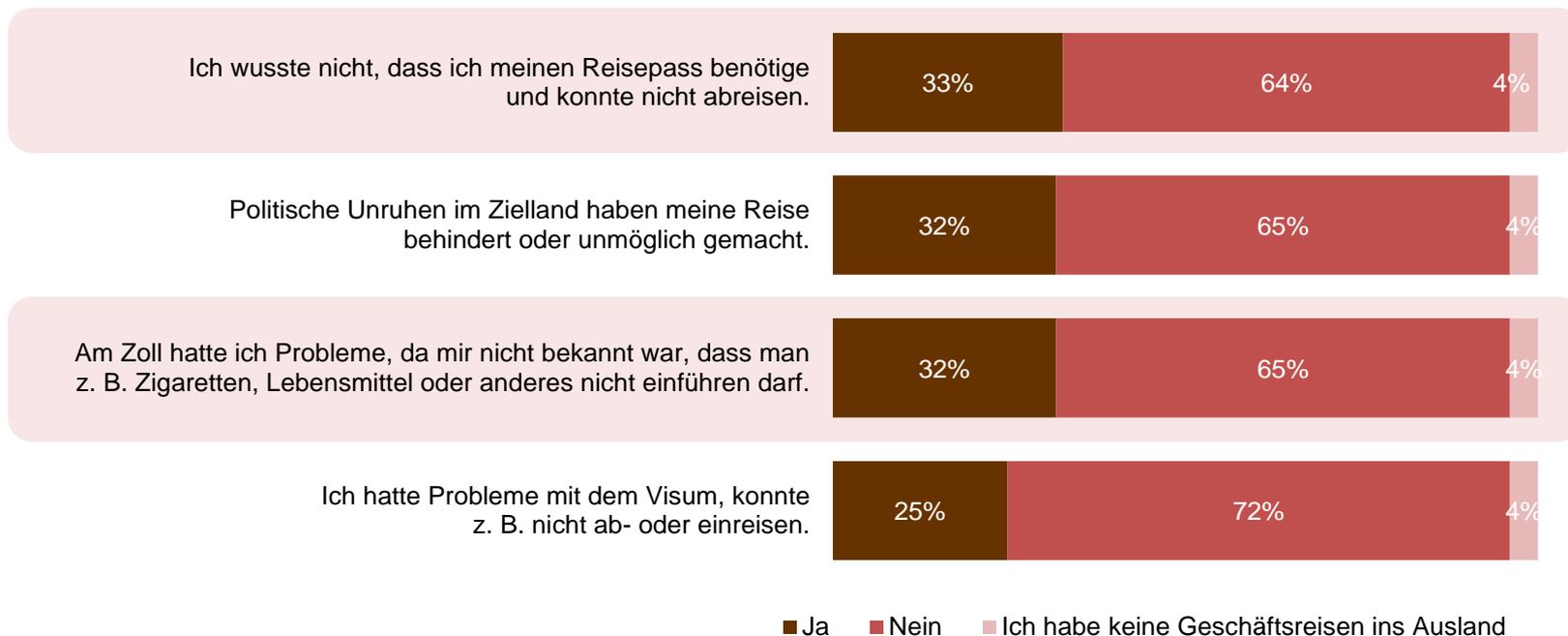
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt
 ■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 16: Manche Geschäftsreisen werden durch unvorhergesehene Ereignisse oder Planungsfehler unterbrochen oder sogar unmöglich gemacht. Von welchen der folgenden Dinge waren Sie schon einmal bei Ihren Geschäftsreisen in den letzten drei Jahren betroffen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Etwa jeder Dritte der befragten Geschäftsreisenden hatte aufgrund fehlender Informationen in den letzten drei Jahren schon einmal Probleme bei Reisen ins Ausland.



Frage 17: Auch manche Geschäftsreisen ins Ausland werden durch Ereignisse oder Planungsfehler unterbrochen oder sogar unmöglich gemacht. Von welchen der folgenden Dinge waren Sie schon mal bei Ihren Geschäftsreisen ins Ausland in den letzten drei Jahren betroffen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach „Ja“)

## Risiko- und Informationsmanagement

Probleme bei Auslandsreisen treten bei einer Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro deutlich seltener auf.

Top: Ja	Gesamt	Position		Geschlecht		Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Geschäftsführung,-leitung oder Vorstand	Führungskraft/ Fachkraft	Männer	Frauen	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	128	90
Ich wusste nicht, dass ich meinen Reisepass benötige und konnte nicht abreisen.	<b>33%</b>	44%	22%	26%	39%	23%	47%
Politische Unruhen im Zielland haben meine Reise behindert oder unmöglich gemacht.	<b>32%</b>	40%	24%	25%	38%	27%	38%
Am Zoll hatte ich Probleme, da mir nicht bekannt war, dass man z. B. Zigaretten, Lebensmittel oder anderes nicht einführen darf.	<b>32%</b>	38%	25%	25%	38%	21%	47%
Ich hatte Probleme mit dem Visum, konnte z. B. nicht ab- oder einreisen.	<b>25%</b>	34%	15%	19%	30%	17%	34%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

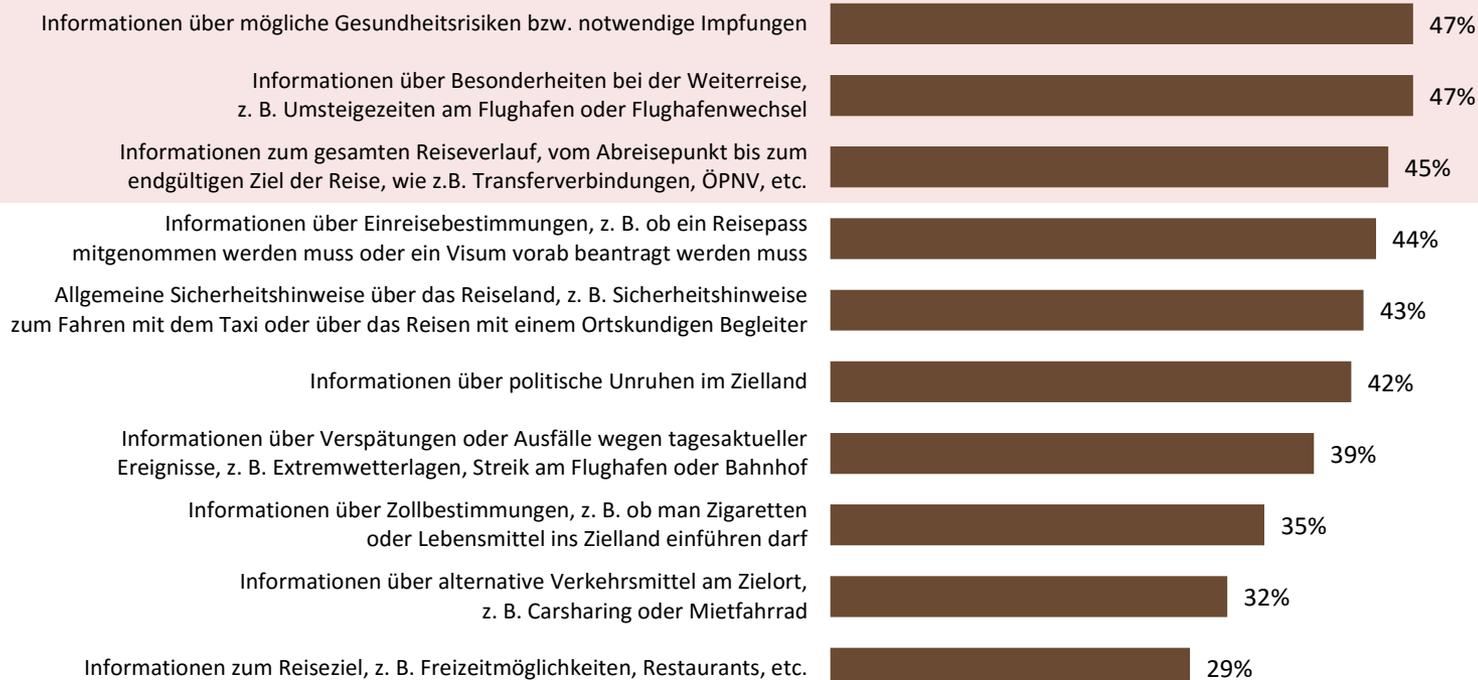
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 17: Auch manche Geschäftsreisen ins Ausland werden durch Ereignisse oder Planungsfehler unterbrochen oder sogar unmöglich gemacht. Von welchen der folgenden Dinge waren Sie schon mal bei Ihren Geschäftsreisen ins Ausland in den letzten drei Jahren betroffen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Top: „Ja“)

## Risiko- und Informationsmanagement

Unternehmen stellen ihren geschäftsreisenden Mitarbeitern vor allem Informationen zu möglichen Gesundheitsrisiken und zum Reiseverlauf zur Verfügung.

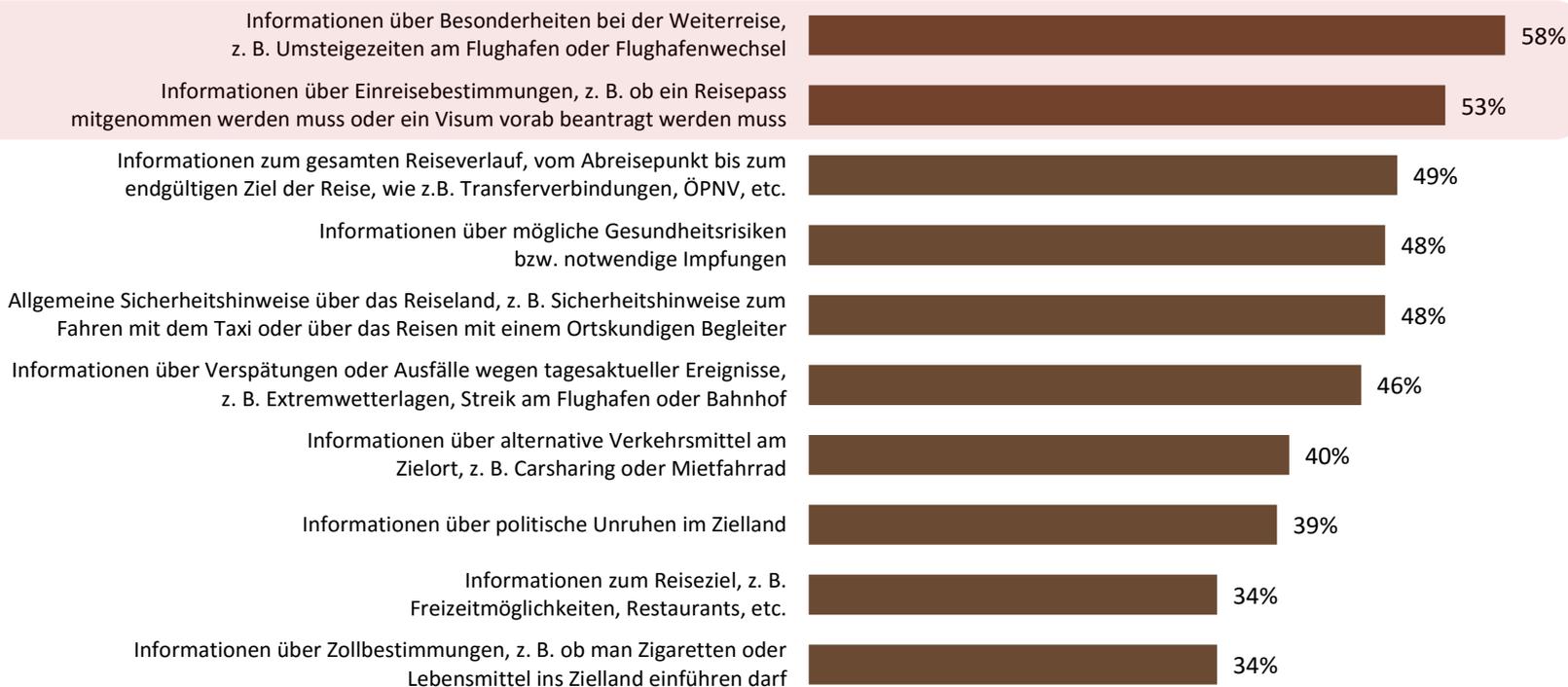


Frage 18a: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Unternehmen vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt?

Basis: alle Befragten N = 220 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

### Informationen, die Geschäftsreisebüros zur Verfügung stellen: Besonderheiten bei der Weiterreise und Informationen über Einreisebestimmungen

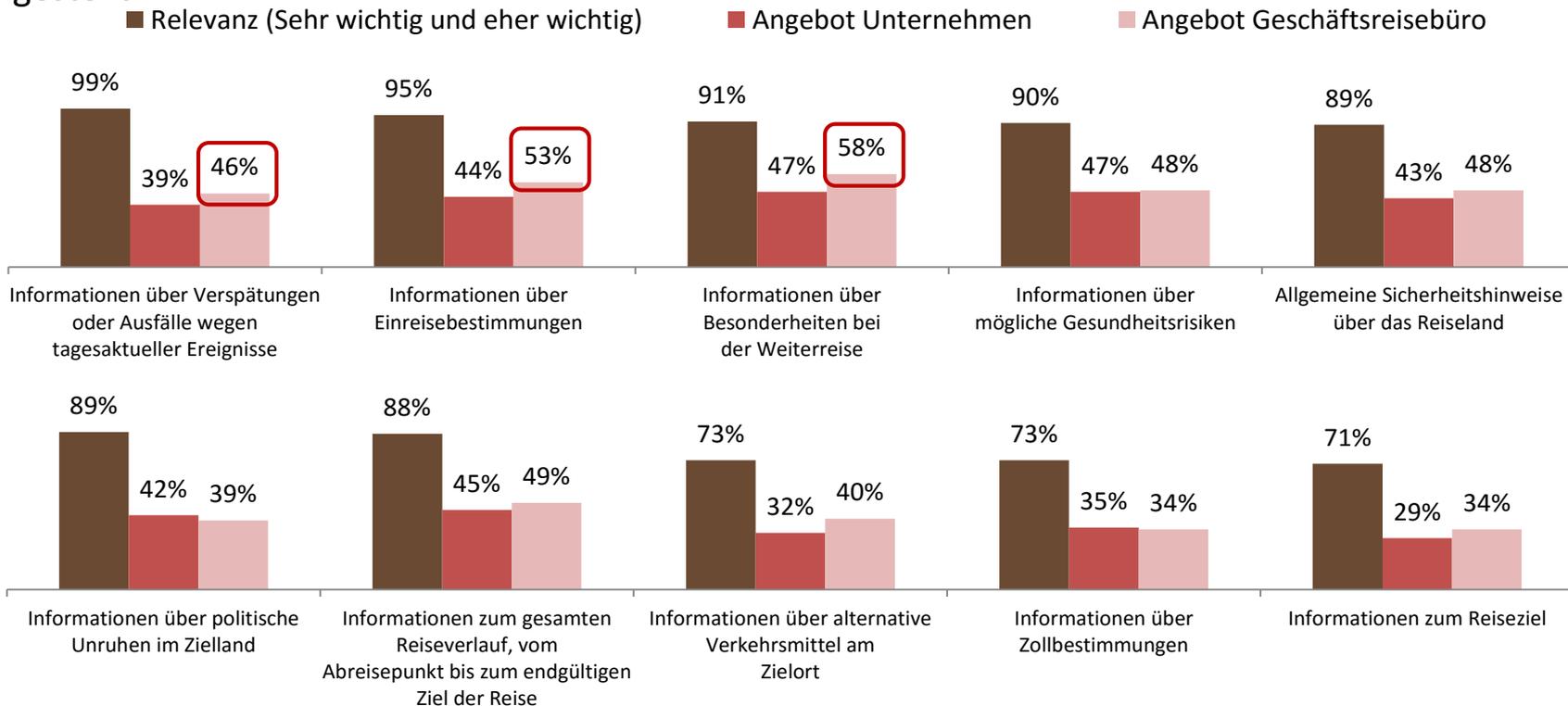


Frage 18b: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Geschäftsreisebüro vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt?

Basis: Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 128 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Wichtige Informationen werden tendenziell eher von einem Geschäftsreisebüro zur Verfügung gestellt.



Frage 15: Vor einer Geschäftsreise ist die Zeit meist knapp. Deswegen ist es hilfreich, wenn Unternehmen oder Geschäftsreisebüros Informationen für die Geschäftsreise zur Verfügung stellen. Welche Informationen zur Geschäftsreise durch das Unternehmen oder Geschäftsreisebüros sind Ihnen wichtig? Frage 18a: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Unternehmen vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt? Basis: alle Befragten, N = 220 / Frage 18b: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Geschäftsreisebüro vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt? Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 128

## Risiko- und Informationsmanagement

Neun von zehn Reisenden fühlen sich schon vor der Reise von ihrem Unternehmen gut über mögliche Risiken am Zielort informiert. Wenn es vor Ort zu Problemen kommt, ist jeder Zweite jedoch auf sich allein gestellt.

Schon vor der Reise fühle ich mich von meinem Unternehmen gut über mögliche Risiken am Zielort informiert und für den Risikofall gut vorbereitet.

90%

Wenn während einer Geschäftsreise etwas Unvorhergesehenes passiert, dann weiß ich, an wen ich mich wenden kann. Es gibt z.B. für Notfälle eine zentrale Telefonnummer, unter der ich rund um die Uhr Rat und Hilfe anfordern kann.

79%

Mir ist nicht bekannt, dass es in meinem Unternehmen spezielle Vorbereitungen für den Krisenfall gibt. Wenn etwas Unvorhergesehenes passiert, würde mein Unternehmen mir aber bestimmt helfen.

62%

Wenn es vor Ort Krisen oder unvorhergesehene Probleme gibt, bin ich auf mich allein gestellt.

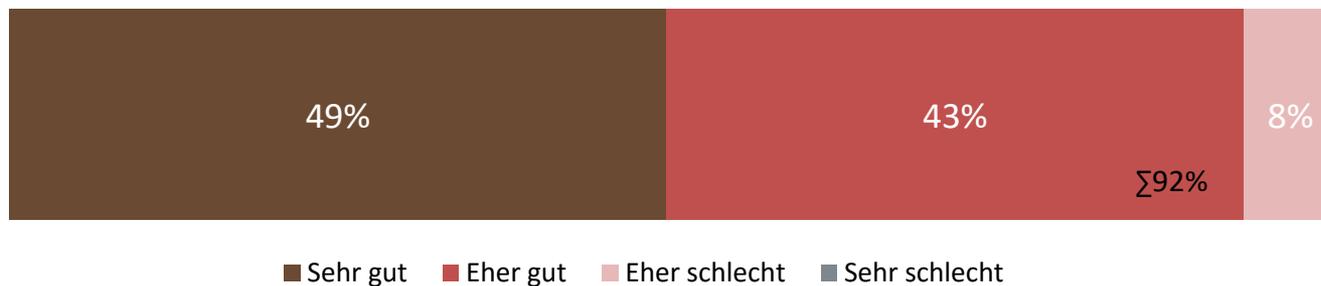
47%

Frage 19: Bitte geben Sie an, welche der Aussagen auf Ihr Unternehmen zutrifft.

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala: „Trifft zu“ / „Trifft nicht zu“, dargestellt: „Trifft zu“)

## Risiko- und Informationsmanagement

Mehr als 90 Prozent der Geschäftsreisenden fühlen sich von ihrem Unternehmen gut unterstützt.



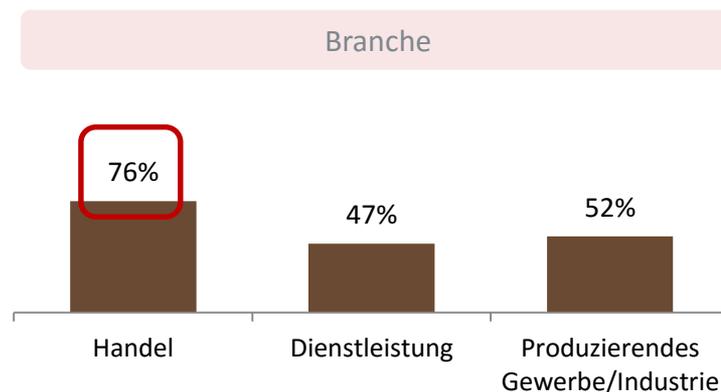
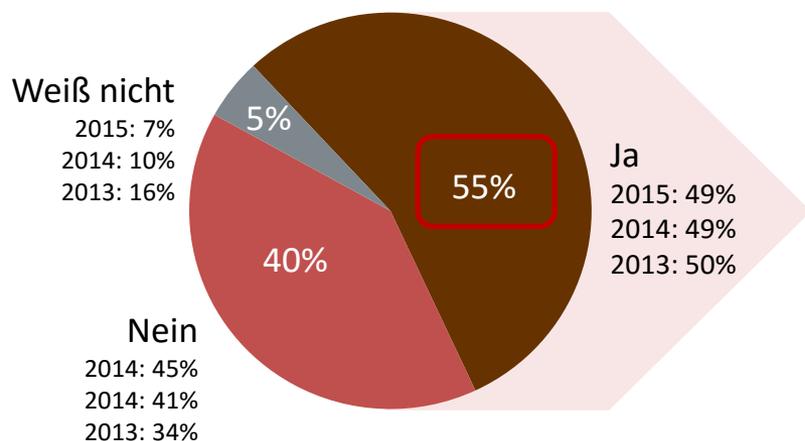
2015: Sehr gut 36%, Eher gut 59%, Eher schlecht 5%, Sehr schlecht 0%  
2014: Sehr gut 38%, Eher gut 57%, Eher schlecht 5%, Sehr schlecht 0%  
2013: Sehr gut 39%, Eher gut 54%, Eher schlecht 7%, Sehr schlecht 0%

Frage 20: Und wie fühlen Sie sich generell durch Ihr Unternehmen in puncto Geschäftsreisen unterstützt?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Risiko- und Informationsmanagement

Etwa jedes zweite Unternehmen hat ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen.



Frage 21: Gibt es in Ihrem Unternehmen ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen, wie z. B. Rückholpläne, einen Ansprechpartner für Geschäftsreisende oder ähnliches?  
Basis: alle Befragten, N = 220

## Risiko- und Informationsmanagement

Die Top-3-Maßnahmen des Risikomanagements: Rückholpläne bei Erkrankung, Hilfe bei verlorengegangenen Papieren und ein jederzeit verfügbarer Ansprechpartner für die Mitarbeiter.



Frage 22: Welche Maßnahmen in puncto Risikomanagement gibt es in Ihrem Unternehmen?

Basis: Befragte, in deren Unternehmen es ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen gibt, N = 121 (Mehrfachnennung)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

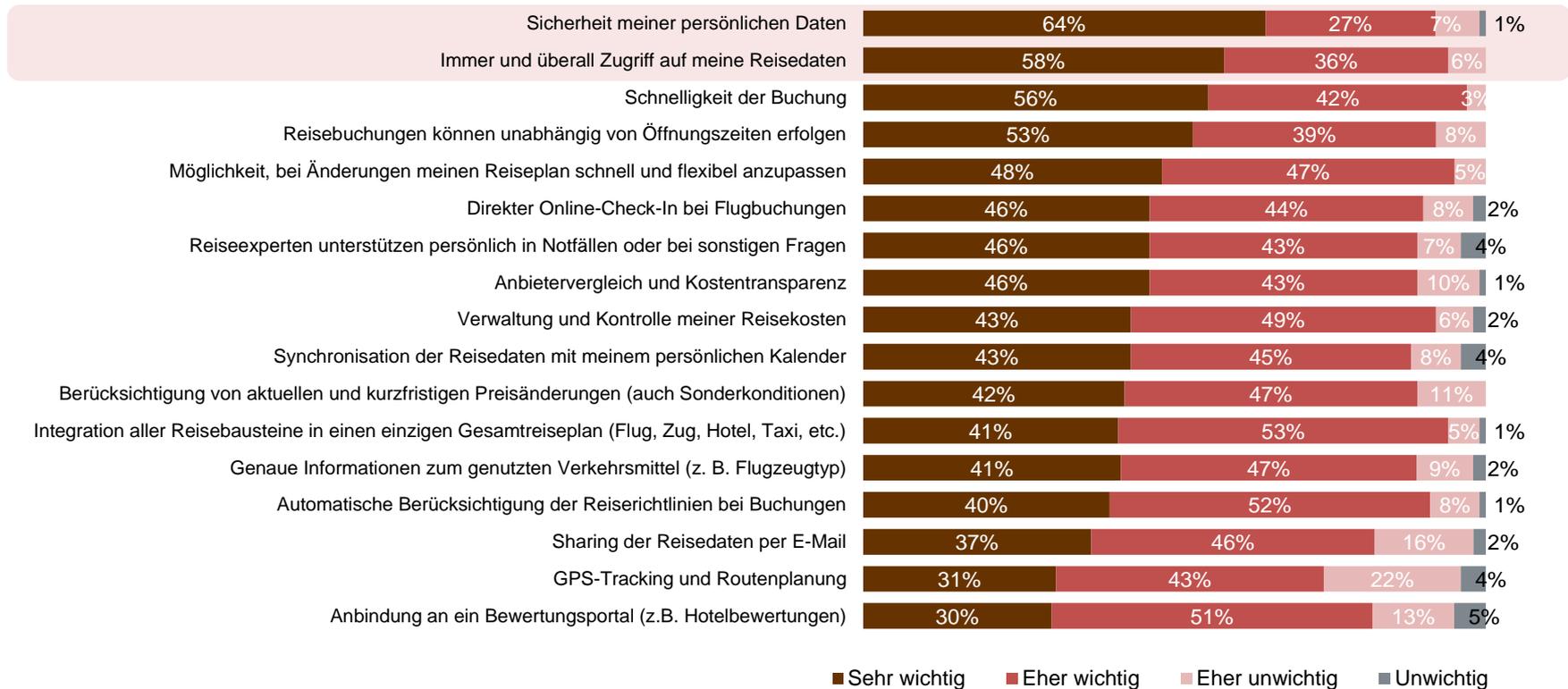
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Auswirkungen der Digitalisierung

Die wichtigsten Aspekte bei einer Online-Buchung: Sicherheit und ständiger Zugriff auf die Reisedaten.



Frage 23: Angenommen, Sie könnten eine Online-Buchungsmöglichkeit nach Ihren Vorstellungen entwerfen:

Wie wichtig wären Ihnen die folgenden Aspekte?

Basis: Befragte, die ihre Reisen online buchen, N = 171 (Skala, sortiert nach „TOP: „Sehr wichtig“)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsführer haben geringere Ansprüche an die Sicherheit der Daten als ihre Mitarbeiter.

Top: Sehr wichtig	Position		Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro		
	Gesamt	Geschäftsführung,-leitung oder Vorstand	Führungskraft/Fachkraft	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	171	86	85	104	67
Sicherheit meiner persönlichen Daten	<b>64%</b>	58%	71%	64%	64%
Immer und überall Zugriff auf meine Reisedaten	<b>58%</b>	57%	60%	61%	55%
Schnelligkeit der Buchung	<b>56%</b>	62%	49%	49%	66%
Reisebuchungen können unabhängig von Öffnungszeiten erfolgen.	<b>53%</b>	52%	54%	61%	42%
Möglichkeit, bei Änderungen meinen Reiseplan schnell und flexibel anzupassen	<b>48%</b>	48%	48%	54%	39%
Direkter Online-Check-In bei Flugbuchungen	<b>46%</b>	51%	40%	53%	34%
Reiseexperten unterstützen persönlich in Notfällen oder bei sonstigen Fragen	<b>46%</b>	42%	51%	48%	43%
Anbietervergleich und Kostentransparenz	<b>46%</b>	50%	42%	43%	51%
Verwaltung und Kontrolle meiner Reisekosten	<b>43%</b>	43%	44%	42%	45%
Synchronisation der Reisedaten mit meinem persönlichen Kalender	<b>43%</b>	48%	38%	42%	43%
Berücksichtigung von aktuellen und kurzfristigen Preisänderungen	<b>42%</b>	44%	39%	39%	45%
Integration aller Reisebausteine in einen einzigen Gesamtreiseplan (Flug, Zug, Hotel, Taxi, etc.)	<b>41%</b>	40%	42%	44%	36%
Genauere Informationen zum genutzten Verkehrsmittel (z. B. Flugzeugtyp)	<b>41%</b>	38%	44%	44%	36%
Automatische Berücksichtigung der Reiserichtlinien bei Buchungen	<b>40%</b>	33%	47%	45%	31%
Sharing der Reisedaten per E-Mail	<b>37%</b>	36%	38%	36%	39%
GPS-Tracking und Routenplanung	<b>31%</b>	35%	27%	27%	37%
Anbindung an ein Bewertungsportal (z.B. Hotelbewertungen)	<b>30%</b>	33%	28%	34%	25%

Frage 23: Angenommen, Sie könnten eine Online-Buchungsmöglichkeit nach Ihren Vorstellungen entwerfen: Wie wichtig wären Ihnen die folgenden Aspekte?

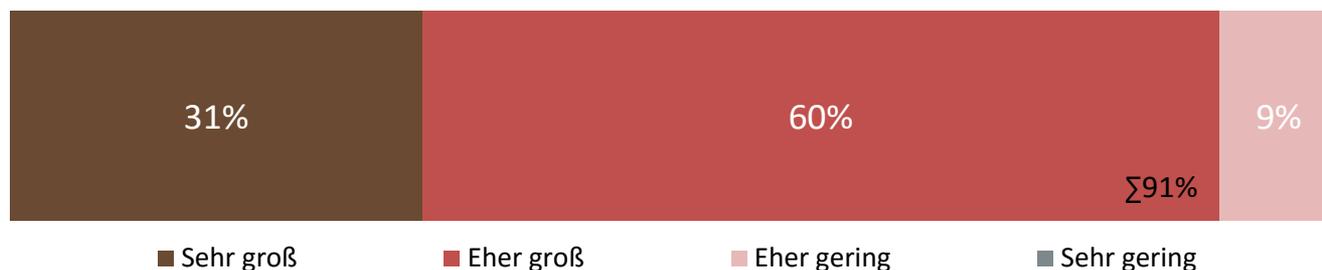
Basis: Befragte, die ihre Reisen online buchen, N = 171 (TOP: „Sehr wichtig“)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

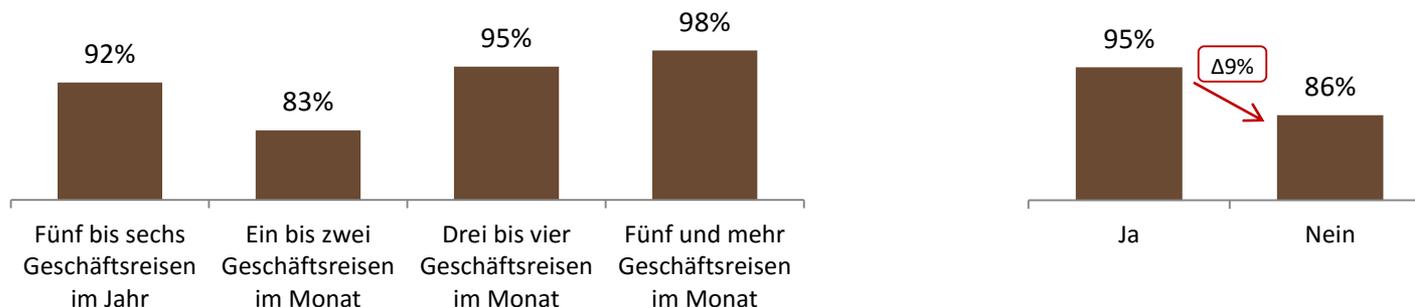
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Auswirkungen der Digitalisierung

Mehr als 90 Prozent der Geschäftsreisenden haben großes Vertrauen in die Sicherheit ihrer Daten bei einer Online-Buchung.



TOP-2: Sehr groß + Eher groß: Anzahl der Geschäftsreisen / Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro

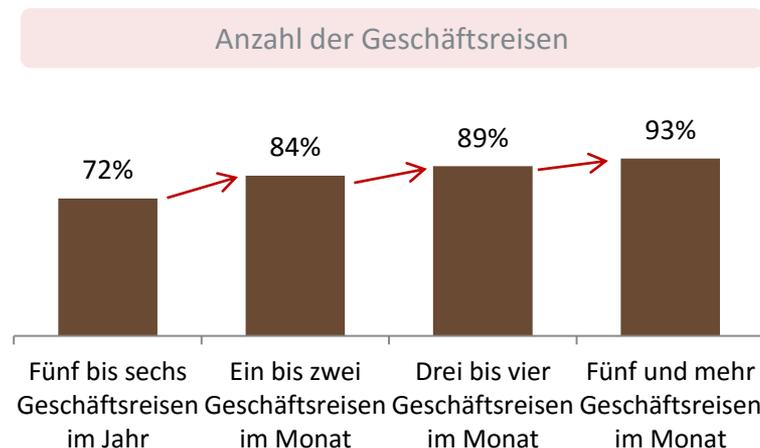
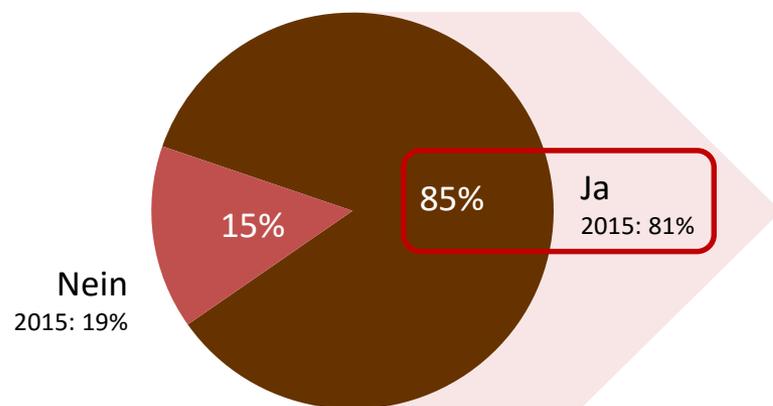


Frage 24: Wenn Sie eine Reise online [...über die Plattform, die das Geschäftsreisebüro zur Verfügung stellt/...über ein Online-Buchungsportal, wie z.B. Opodo] buchen, wie groß ist Ihr Vertrauen, wenn es bei der Buchung um die Sicherheit Ihrer Daten geht?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Auswirkungen der Digitalisierung

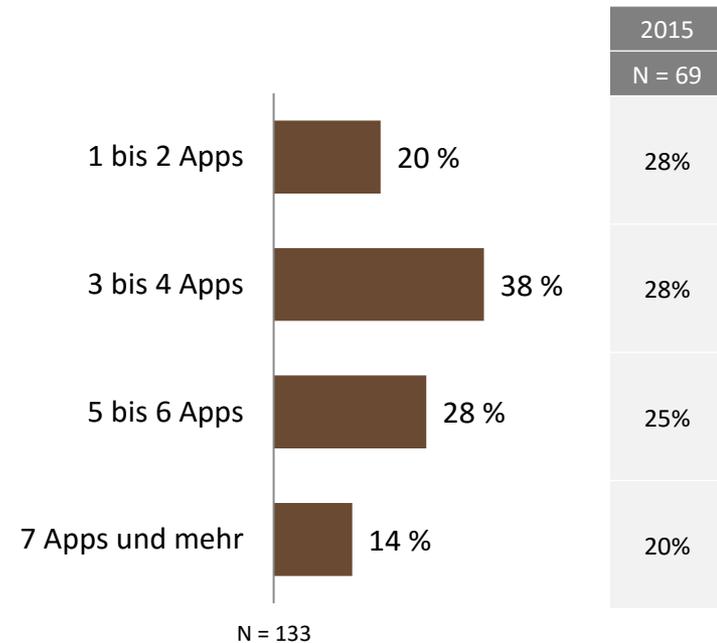
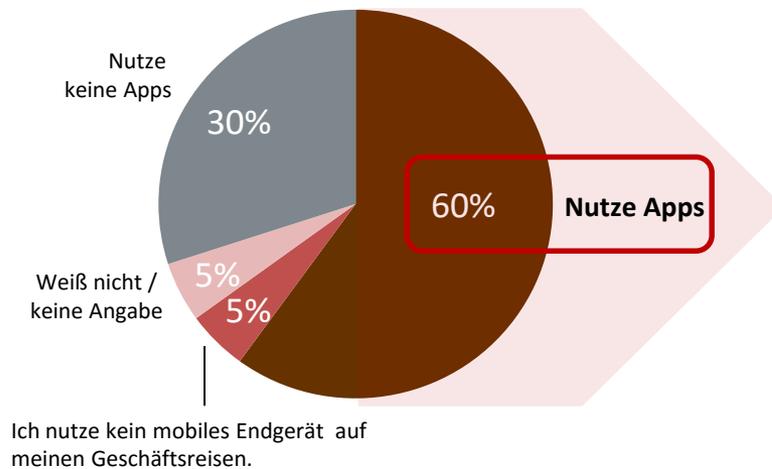
85 Prozent der Unternehmen stellen ihren Mitarbeitern für Geschäftsreisen ein mobiles Endgerät zur Verfügung.



Frage 25: Smartphone oder Blackberry sind heute ständige Begleiter auf einer Geschäftsreise. Stellt Ihnen Ihr Unternehmen für Geschäftsreisen mobile Endgeräte zur Verfügung?  
Basis: alle Befragten, N = 220

## Auswirkungen der Digitalisierung

60 Prozent der Befragten nutzen Apps für Planung und Durchführung ihrer Reise – im Schnitt sind es 4,6 unterschiedliche Apps.



**60 Prozent** der Geschäftsreisenden nutzen Reise-Apps.

Ø **4,6**

Frage 26: Wie viel Apps haben Sie für die Planung, Informationssuche oder Durchführung Ihrer Geschäftsreise auf dem Handy?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Teiloffene Nennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsreisende, die häufig unterwegs sind, nutzen tendenziell mehr Apps für die Planung, Informationssuche oder Durchführung ihrer Reise.

	Anzahl Geschäftsreisen					Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54	128	90
Keine App	30%	44%	36%	31%	9%	36%	20%
Eine App	2%	0%	3%	2%	2%	0%	4%
Zwei Apps	10%	11%	14%	8%	6%	13%	4%
Drei Apps	14%	14%	17%	10%	15%	15%	13%
Vier Apps	9%	6%	9%	3%	19%	5%	14%
Fünf Apps	15%	8%	6%	18%	28%	9%	24%
Mehr als fünf Apps	10%	3%	6%	15%	17%	9%	12%
Ich nutze kein mobiles Endgerät auf meinen Geschäftsreisen.	5%	8%	6%	3%	2%	7%	1%
Weiß nicht / keine Angabe	5%	6%	3%	10%	4%	5%	6%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

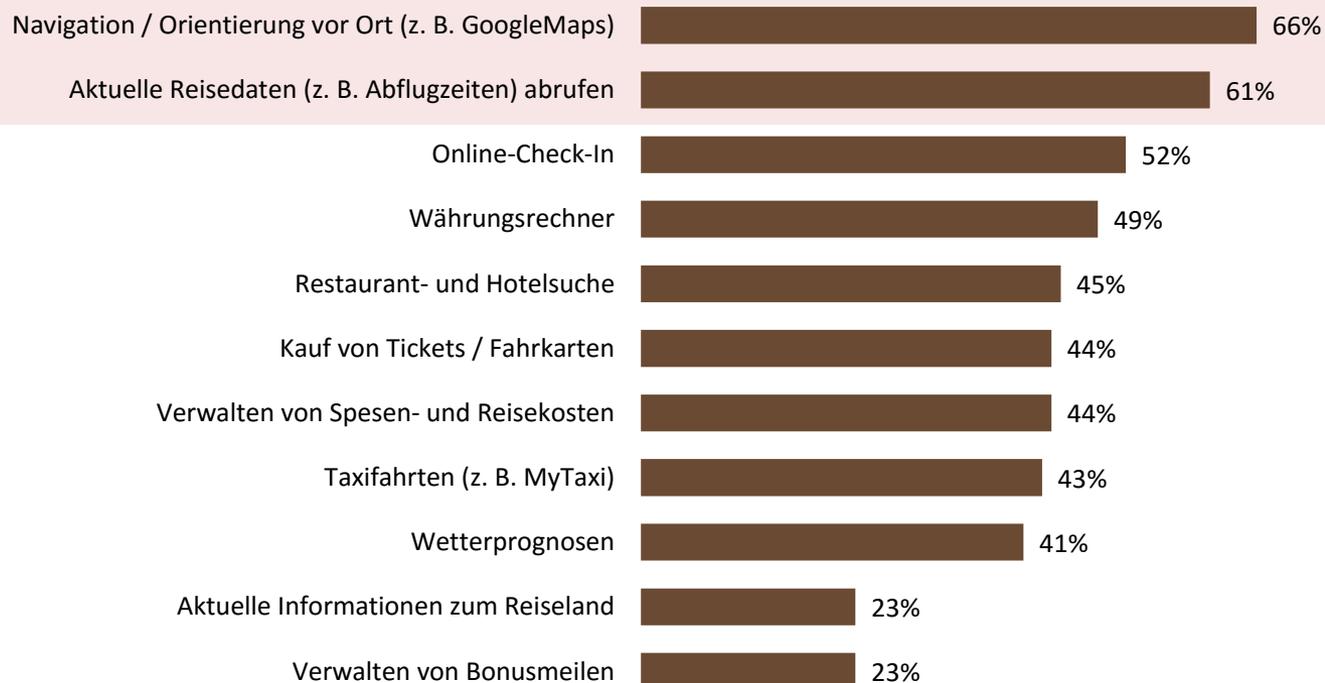
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 26: Wie viel Apps haben Sie für die Planung, Informationssuche oder Durchführung Ihrer Geschäftsreise auf dem Handy?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Teiloffene Nennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Apps werden vor allem zur Navigation und zum Abrufen aktueller Reisedaten genutzt.



Frage 27: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 133 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Frauen suchen während ihrer Geschäftsreisen vergleichsweise häufig Hilfe über Apps.

	Geschlecht			Alter	
	Gesamt	Männer	Frauen	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	133	67	66	67	66
Navigation / Orientierung vor Ort (z. B. GoogleMaps)	66%	55%	77%	61%	71%
Aktuelle Reisedaten (z. B. Abflugzeiten) abrufen	61%	52%	70%	52%	70%
Online-Check-In	52%	45%	59%	58%	45%
Währungsrechner	49%	48%	50%	51%	47%
Restaurant- und Hotelsuche	45%	46%	44%	45%	45%
Kauf von Tickets / Fahrkarten	44%	42%	47%	43%	45%
Verwalten von Spesen- und Reisekosten	44%	45%	44%	45%	44%
Taxifahrten (z. B. MyTaxi)	43%	42%	44%	48%	38%
Wetterprognosen	41%	43%	39%	42%	41%
Aktuelle Informationen zum Reiseland	23%	25%	20%	18%	27%
Verwalten von Bonusmeilen	23%	18%	27%	22%	23%
Sonstiges	2%	0%	3%	1%	2%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 27: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 133 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsreisende, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, nutzen vergleichsweise häufig Apps zur Restaurant- und Hotelsuche.

	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	133	15	38	34	46	66	66
Navigation / Orientierung vor Ort (z. B. GoogleMaps)	66%	67%	66%	56%	74%	68%	65%
Aktuelle Reisedaten (z. B. Abflugzeiten) abrufen	61%	73%	71%	50%	57%	65%	58%
Online-Check-In	52%	67%	50%	50%	50%	48%	55%
Währungsrechner	49%	53%	39%	56%	50%	47%	50%
Restaurant- und Hotelsuche	45%	67%	53%	44%	33%	64%	27%
Kauf von Tickets / Fahrkarten	44%	47%	39%	41%	50%	41%	48%
Verwalten von Spesen- und Reisekosten	44%	47%	37%	41%	52%	42%	47%
Taxifahrten (z. B. MyTaxi)	43%	53%	50%	47%	30%	50%	35%
Wetterprognosen	41%	67%	42%	35%	37%	42%	41%
Aktuelle Informationen zum Reiseland	23%	40%	29%	12%	20%	27%	18%
Verwalten von Bonusmeilen	23%	27%	16%	24%	26%	20%	24%
Sonstiges	2%	0%	3%	3%	0%	2%	2%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

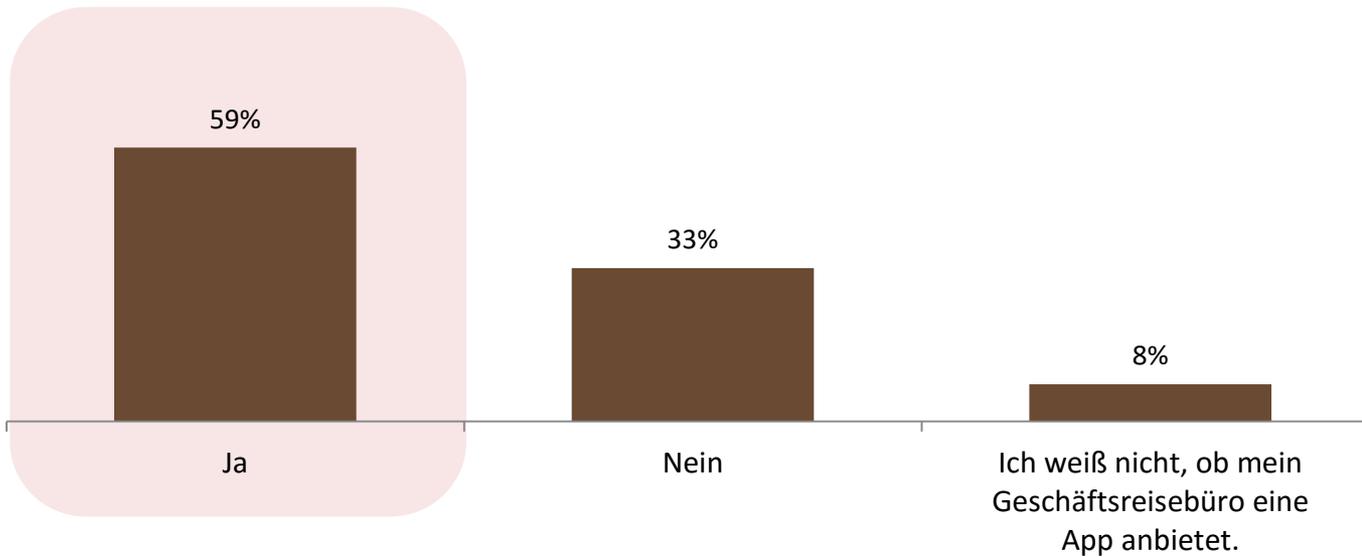
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 27: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 133 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Mehr als jeder Zweite nutzt eine App seines Geschäftsreisebüros.

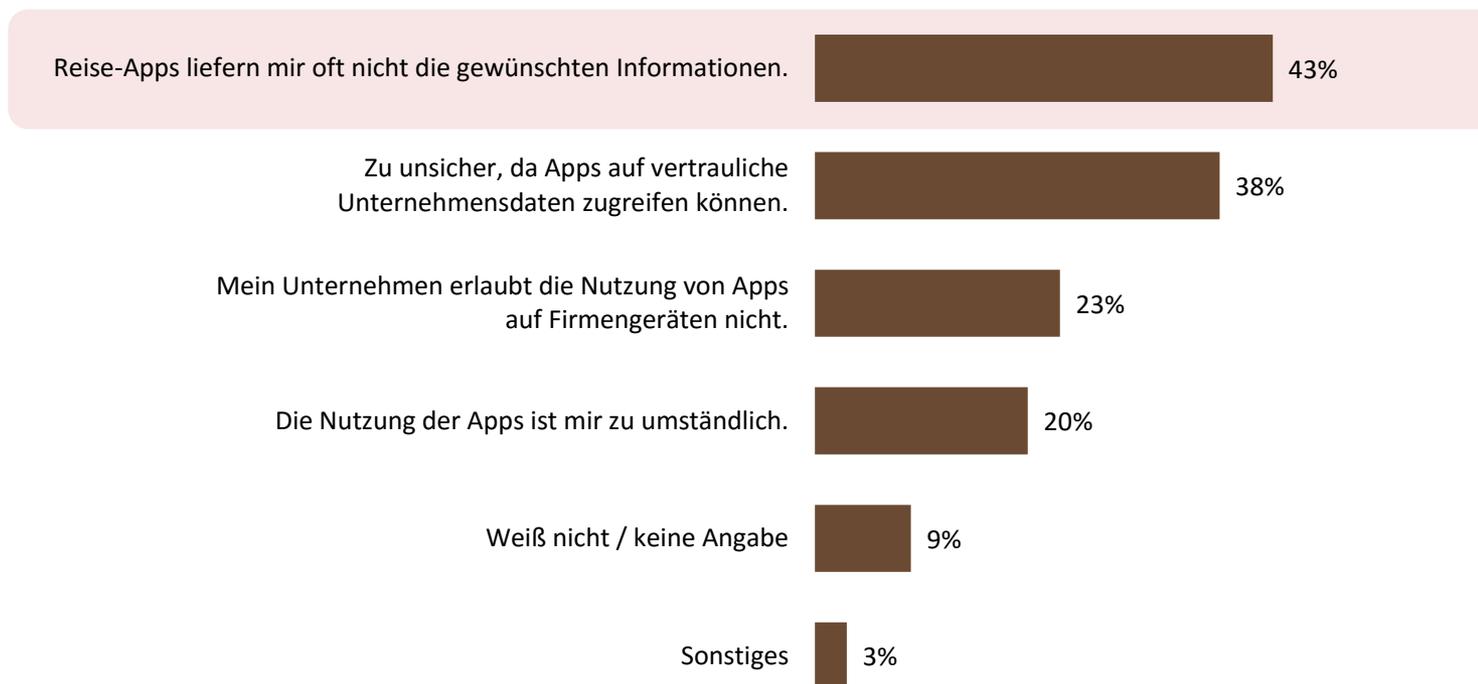


Frage 28: Nutzen Sie eine App Ihres Geschäftsreisebüros?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen und über ein Geschäftsreisebüro buchen, N = 66

## Auswirkungen der Digitalisierung

Haupt-Nachteil einer Reise-App: Die gewünschten Informationen werden oft nicht geliefert.



Frage 29: Warum nutzen Sie keine Reise-Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die keine App nutzen, N = 65 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsführer sind bei der Nutzung von Reise-Apps vor allem um die Sicherheit ihrer Daten besorgt.

	Gesamt	Position		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung,-leitung oder Vorstand	Führungskraft/ Fachkraft	Männer	Frauen	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	65	31	34	34	31	26	39
Reise-Apps liefern mir oft nicht die gewünschten Informationen.	43%	42%	44%	44%	42%	46%	41%
Zu unsicher, da Apps auf vertrauliche Unternehmensdaten zugreifen können.	38%	48%	29%	32%	45%	35%	41%
Mein Unternehmen erlaubt die Nutzung von Apps auf Firmengeräten nicht.	23%	29%	18%	18%	29%	31%	18%
Die Nutzung der Apps ist mir zu umständlich.	20%	19%	21%	26%	13%	12%	26%
Sonstiges	3%	0%	6%	6%	0%	8%	0%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	10%	9%	6%	13%	8%	10%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 29: Warum nutzen Sie keine Reise-Apps während Ihrer Geschäftsreise?  
Basis: Befragte, die mindestens keine App nutzen, N = 65 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Vor allem Geschäftsreisende, die mit einem professionellen Reisebüro zusammenarbeiten, sind von den gebotenen Informationen der allgemein verfügbaren Reise-Apps nicht überzeugt.

Basis (Fallzahl)	Anzahl Geschäftsreisen					Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
	65	16	25	19	5	46	18
Reise-Apps liefern mir oft nicht die gewünschten Informationen.	43%	44%	40%	53%	20%	48%	33%
Zu unsicher, da Apps auf vertrauliche Unternehmensdaten zugreifen können.	38%	31%	40%	37%	60%	43%	28%
Mein Unternehmen erlaubt die Nutzung von Apps auf Firmengeräten nicht.	23%	13%	20%	26%	60%	26%	17%
Die Nutzung der Apps ist mir zu umständlich.	20%	13%	24%	21%	20%	17%	22%
Sonstiges	3%	6%	4%	0%	0%	2%	6%
Weiß nicht / keine Angabe	9%	13%	8%	11%	0%	7%	17%

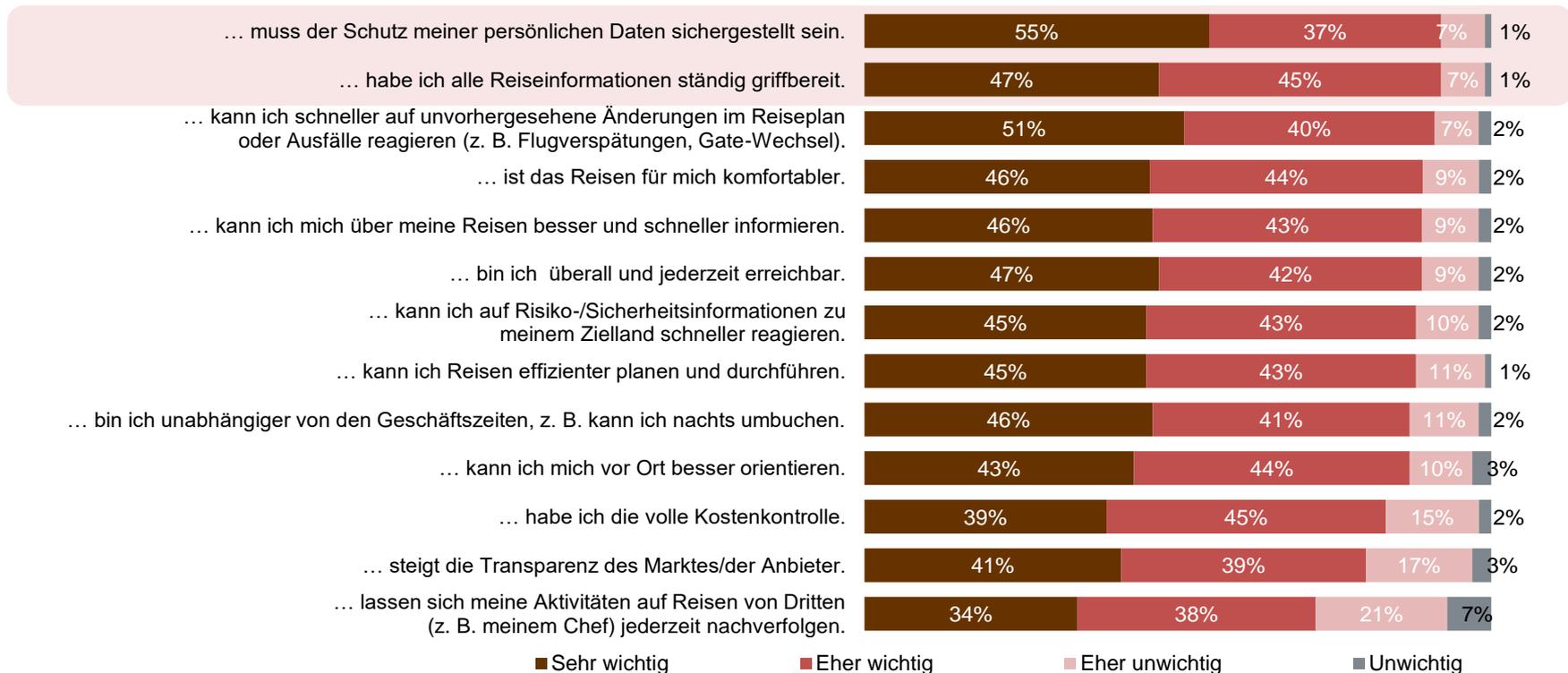
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 29: Warum nutzen Sie keine Reise-Apps während Ihrer Geschäftsreise?  
Basis: Befragte, die mindestens keine App nutzen, N = 65 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

### Die wichtigsten Aspekte bei der Nutzung von mobilen Endgeräten, Services und Apps auf Geschäftsreisen: Datenschutz und ständiger Zugriff auf die Reisedaten



Frage 30: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte, wenn es bei Ihren Geschäftsreisen um die Nutzung von mobilen Endgeräten, Services und Apps geht? Mit dem Einsatz von mobilen Endgeräten und Apps...

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP-2: „Sehr wichtig“ + „Wichtig“)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Vielreisende haben vergleichsweise hohe Ansprüche an die Nutzung von mobilen Geräten und Apps auf Geschäftsreisen.

Top-2: Sehr wichtig + Eher wichtig	Anzahl Geschäftsreisen				
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54
...muss der Schutz meiner persönlichen Daten sichergestellt sein.	92%	81%	93%	92%	98%
...habe ich alle Reiseinformationen ständig griffbereit	92%	81%	96%	89%	98%
...kann ich schneller auf unvorhergesehene Änderungen im Reiseplan oder Ausfälle reagieren (z. B. Flugverspätungen, Gate- Wechsel).	91%	89%	93%	82%	100%
...ist das Reisen für mich komfortabler.	90%	92%	90%	80%	98%
...kann ich mich über meine Reisen besser und schneller informieren.	89%	81%	90%	85%	96%
...bin ich überall und jederzeit erreichbar.	89%	81%	91%	85%	94%
...kann ich Reisen effizienter planen und durchführen.	88%	81%	91%	82%	94%
...kann ich auf Risiko-/Sicherheitsinformationen zu meinem Zielland schneller reagieren	87%	81%	84%	85%	98%
...bin ich unabhängiger von den Geschäftszeiten, z. B. kann ich nachts umbuchen.	87%	81%	86%	84%	98%
...kann ich mich vor Ort besser orientieren.	87%	78%	88%	84%	96%
...habe ich die volle Kostenkontrolle	83%	89%	77%	74%	98%
...steigt die Transparenz des Marktes/der Anbieter	80%	78%	72%	79%	94%
...lassen sich meine Aktivitäten auf Reisen von Dritten (z. B. meinem Chef) jederzeit nachverfolgen.	72%	75%	65%	66%	85%

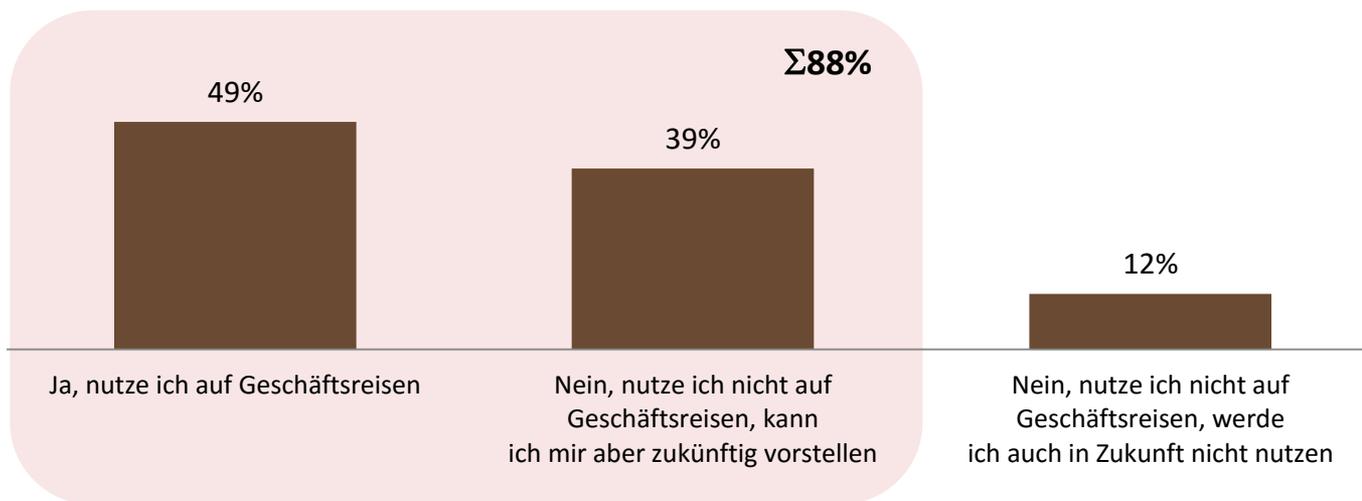
Frage 30: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte, wenn es bei Ihren Geschäftsreisen um die Nutzung von mobilen Endgeräten, Services und Apps geht? Mit dem Einsatz von mobilen Endgeräten und Apps...  
Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP-2: „Sehr wichtig“ + „Wichtig“)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Auswirkungen der Digitalisierung

Große Akzeptanz: Fast neun von zehn Geschäftsreisenden nutzen Mobile-Payment auf ihren Reisen oder können sich die Nutzung zukünftig vorstellen.



Frage 31: Mobile-Payment beschreibt die Möglichkeit, mit einem mobilen Endgerät wie Smartphone oder Tablet ohne Bargeld quasi im Vorbeigehen zu bezahlen. Nutzen Sie diese Möglichkeiten des mobilen Bezahlens bereits auf Ihren Geschäftsreisen?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Auswirkungen der Digitalisierung

Vor allem für Vielreisende ist Mobile-Payment eine attraktive Form des Bezahlens.

	Basis (Fallzahl)	Position		Geschlecht	
		Gesamt	Geschäfts- führung,-leitung oder Vorstand	Führungs- kraft/ Fachkraft	Männer
	220	110	110	110	110
Ja, nutze ich auf Geschäftsreisen	49%	57%	41%	45%	54%
Nein, nutze ich nicht auf Geschäftsreisen, kann ich mir aber zukünftig vorstellen	39%	35%	44%	44%	35%
Nein, nutze ich nicht auf Geschäftsreisen, werde ich auch in Zukunft nicht nutzen	12%	8%	15%	12%	12%

	Basis (Fallzahl)	Anzahl Geschäftsreisen			
		Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat
	220	36	69	61	54
Ja, nutze ich auf Geschäftsreisen	49%	39%	36%	41%	81%
Nein, nutze ich nicht auf Geschäftsreisen, kann ich mir aber zukünftig vorstellen	39%	31%	52%	51%	15%
Nein, nutze ich nicht auf Geschäftsreisen, werde ich auch in Zukunft nicht nutzen	12%	31%	12%	8%	4%

■ 5 Prozentpunkte und mehr  
unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über  
Gesamtdurchschnitt

Frage 31: Mobile-Payment beschreibt die Möglichkeit, mit einem mobilen Endgerät wie Smartphone oder Tablet ohne Bargeld quasi im Vorbeigehen zu bezahlen. Nutzen Sie diese Möglichkeiten des mobilen Bezahlens bereits auf Ihren Geschäftsreisen?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

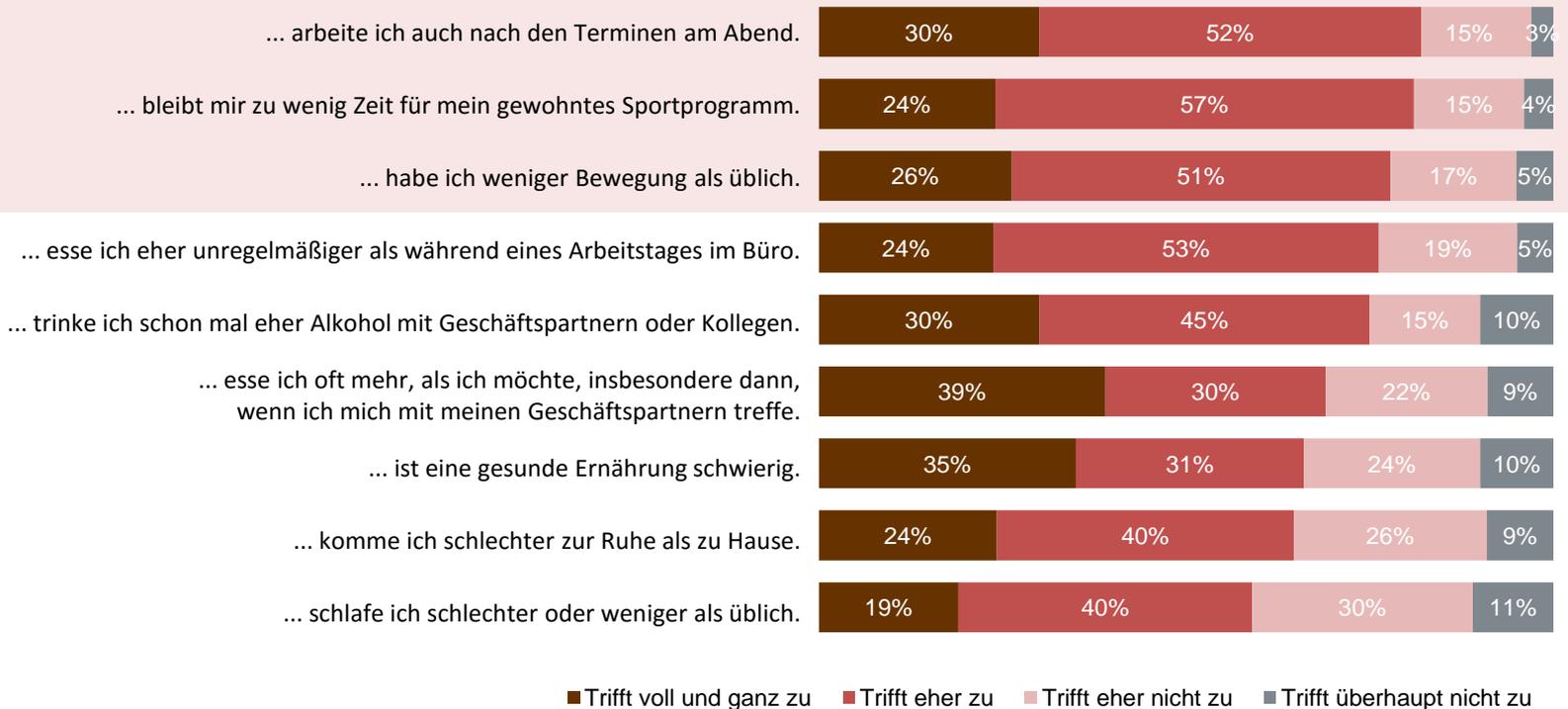
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Gesundheitsaspekte

Auf Geschäftsreisen: Rund 80 Prozent der Befragten arbeiten noch am Abend, haben zu wenig Zeit für ihr Sportprogramm und bewegen sich weniger als üblich.



Frage 33: Bitte geben Sie an, inwieweit die unten genannten Aussagen auf Sie zutreffen oder nicht zutreffen. Wenn Sie auf einer Geschäftsreise mit mindestens einer Übernachtung sind, dann ...  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP-2: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft eher zu“)

## Gesundheitsaspekte

Vor allem bei Jüngeren und Vielreisenden bleiben gesundheitliche Aspekte auf Geschäftsreisen oftmals auf der Strecke.

Top-2: Trifft voll und ganz zu + Trifft eher zu	Gesamt	Alter		Anzahl Geschäftsreisen			
		Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	36	69	61	54
...arbeite ich auch nach den Terminen am Abend.	<b>82%</b>	82%	82%	69%	80%	82%	93%
...bleibt mir zu wenig Zeit für mein gewohntes Sportprogramm.	<b>81%</b>	85%	76%	61%	81%	87%	87%
...habe ich weniger Bewegung als üblich.	<b>77%</b>	83%	72%	61%	74%	79%	91%
...esse ich eher unregelmäßiger als während eines Arbeitstages im Büro.	<b>76%</b>	77%	75%	61%	74%	79%	87%
...trinke ich schon mal eher Alkohol mit Geschäftspartnern oder Kollegen.	<b>74%</b>	75%	74%	61%	70%	79%	83%
...esse ich oft mehr, als ich möchte, insbesondere dann, wenn ich mich mit meinen Geschäftspartnern treffe.	<b>69%</b>	75%	63%	56%	59%	69%	89%
...ist eine gesunde Ernährung schwierig.	<b>66%</b>	73%	60%	56%	58%	67%	83%
...komme ich schlechter zur Ruhe als zu Hause.	<b>65%</b>	70%	59%	44%	59%	62%	87%
...schlafe ich schlechter oder weniger als üblich.	<b>59%</b>	66%	51%	39%	51%	64%	76%

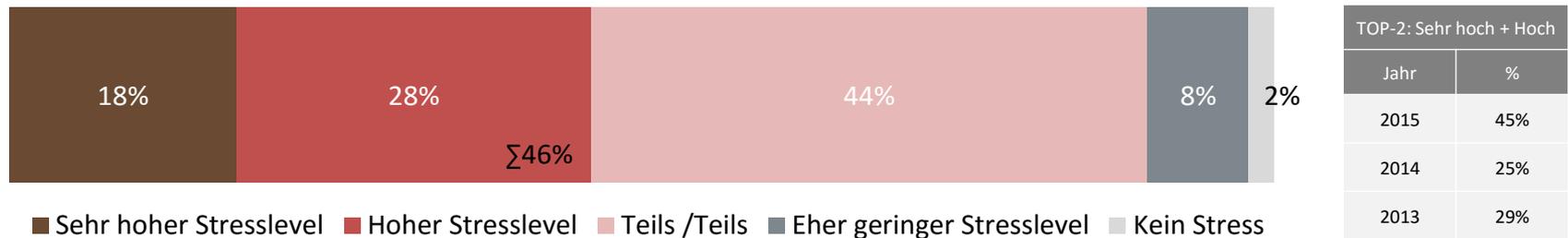
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

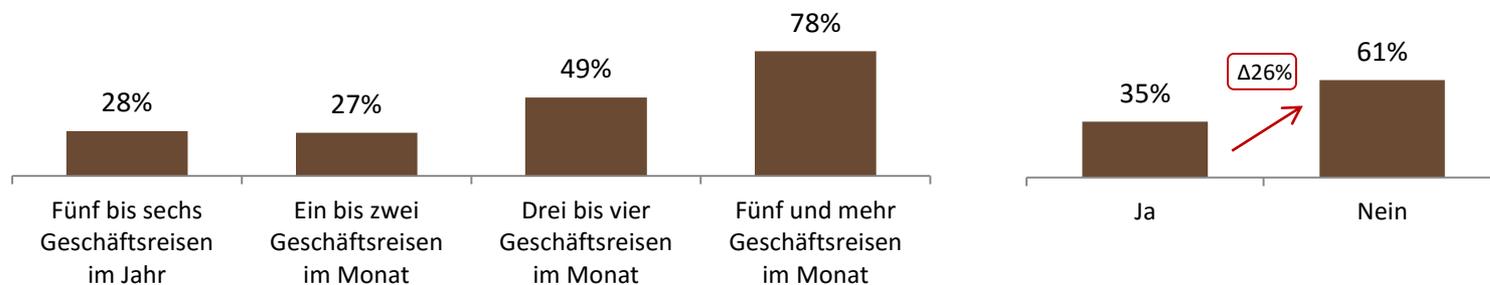
Frage 33: Bitte geben Sie an, inwieweit die unten genannten Aussagen auf Sie zutreffen oder nicht zutreffen. Wenn Sie auf einer Geschäftsreise mit mindestens einer Übernachtung sind, dann ...  
Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP-2: „Trifft voll und ganz zu“ + „Trifft eher zu“)

## Gesundheitsaspekte

Der Stresslevel steigt kontinuierlich: Knapp die Hälfte der Geschäftsreisenden empfinden den Stresslevel ihrer Geschäftsreisen als hoch. Vor drei Jahren betrug der Anteil weniger als 30 Prozent.



TOP-2: Sehr hoher + hoher Stresslevel: Anzahl der Geschäftsreisen / Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro

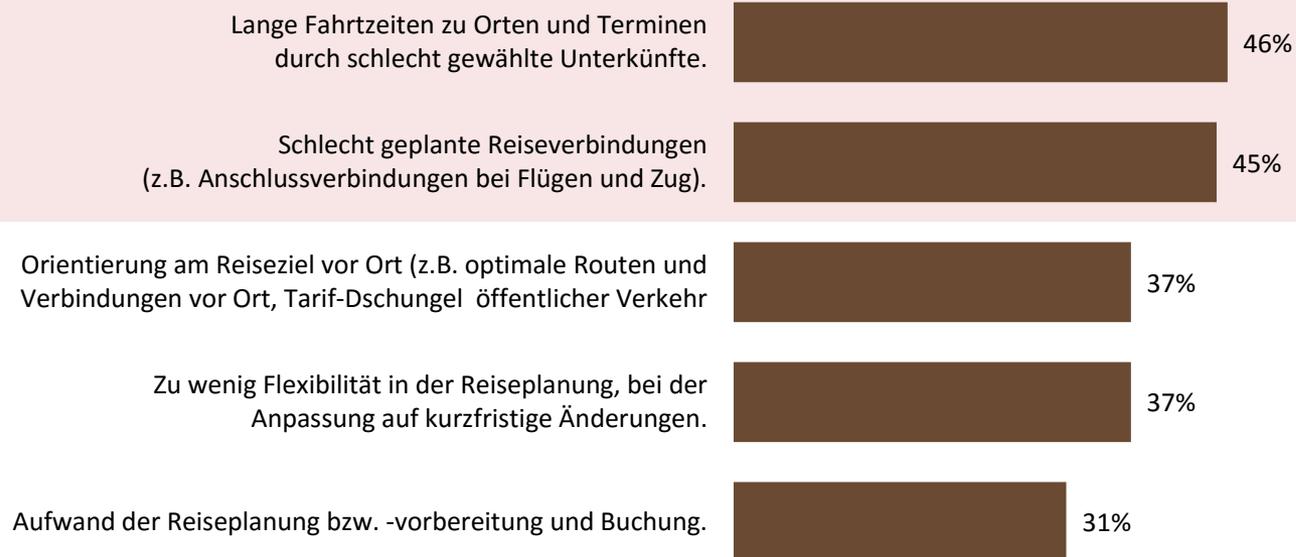


Frage 34: Verspätungen und Wartezeiten, oder auch durch die schlechte Vereinbarkeit von Geschäftsreisen und Privatleben. Wenn Sie einmal an Ihre Geschäftsreisen in den letzten 12 Monate denken: Wie hoch beurteilen Sie den Stresslevel?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Gesundheitsaspekte

### Die Hauptstressverursacher: Lange Fahrzeiten und schlecht geplante Reiseverbindungen



Frage 35: Was genau verursacht bei Ihnen Stress in puncto Geschäftsreisen?

Basis: Befragte mit einem zumindest geringen Stresslevel, N = 215 (Mehrfachnennung)

## Gesundheitsaspekte

Vielreisende haben besonders häufig mit stressigen Situationen zu kämpfen.

Basis (Fallzahl)	Anzahl Geschäftsreisen					Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	215	33	68	60	54	123	90
Lange Fahrtzeiten zu Orten und Terminen durch schlecht gewählte Unterkünfte.	46%	30%	47%	53%	46%	48%	44%
Schlecht geplante Reiseverbindungen (z.B. Anschlussverbindungen bei Flügen und Zug).	45%	33%	49%	37%	56%	39%	53%
Orientierung am Reiseziel vor Ort (z.B. optimale Routen und Verbindungen vor Ort, Tarif-Dschungel öffentlicher Verkehr	37%	21%	35%	40%	44%	35%	39%
Zu wenig Flexibilität in der Reiseplanung, bei der Anpassung auf kurzfristige Änderungen.	37%	21%	32%	35%	54%	32%	43%
Aufwand der Reiseplanung bzw. -vorbereitung und Buchung.	31%	30%	28%	22%	44%	28%	33%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

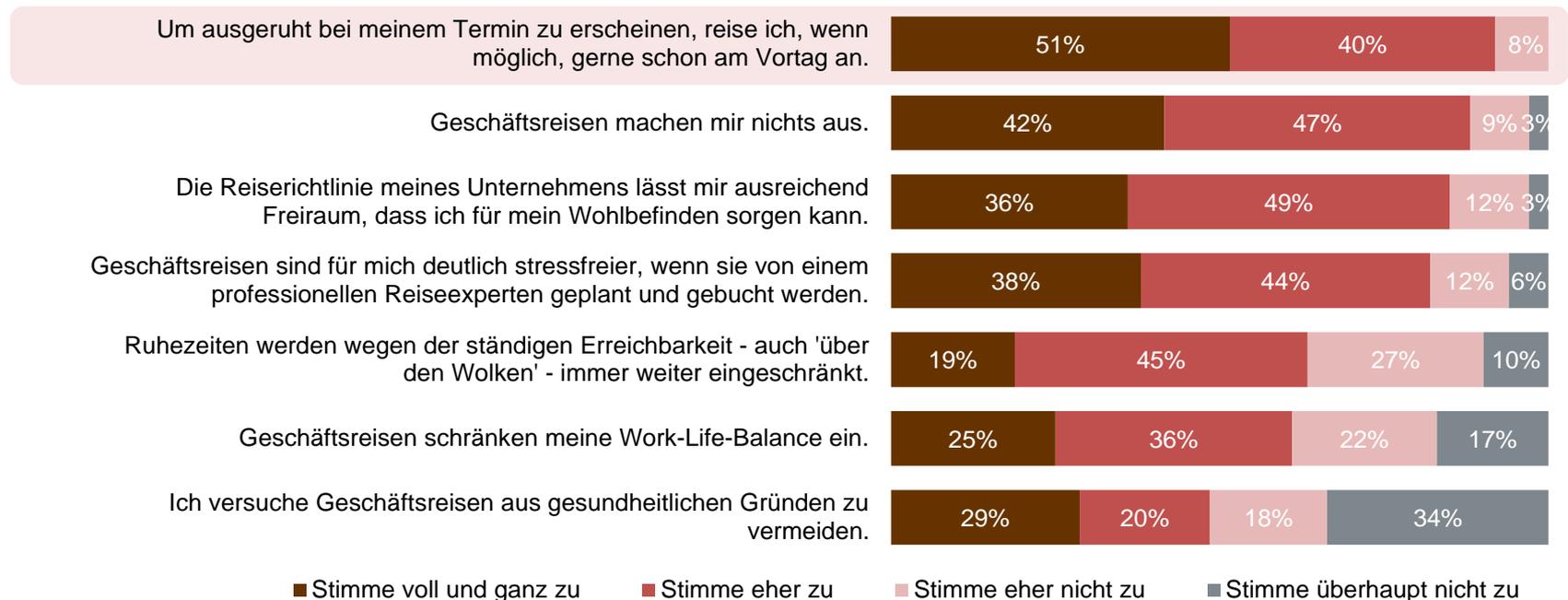
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 35: Was genau verursacht bei Ihnen Stress in puncto Geschäftsreisen?

Basis: Befragte mit einem zumindest geringen Stresslevel, N = 215 (Mehrfachnennung)

## Gesundheitsaspekte

Mehr als 90 Prozent der Befragten reisen gerne schon am Vortag an, um ausgeruht bei einem Termin zu erscheinen.



Frage 36: Welche Einstellung haben Sie zu Geschäftsreisen, wenn es um Ihr körperliches Wohlbefinden geht? Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den unten genannten Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP-2: „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme eher zu“)

## Gesundheitsaspekte

Jüngere empfinden Geschäftsreisen eher als eine Belastung.

Top-2: Stimme voll und ganz zu + Stimme eher zu	Gesamt	Position		Geschlecht		Alter	
		Geschäfts- führung,-leitung oder Vorstand	Führungs- kraft/ Fachkraft	Männer	Frauen	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	110	110
Um ausgeruht bei meinem Termin zu erscheinen, reise ich, wenn möglich, gerne schon am Vortag an.	92%	92%	92%	95%	88%	92%	92%
Geschäftsreisen machen mir nichts aus.	89%	93%	85%	89%	88%	84%	94%
Die Reiserichtlinie meines Unternehmens lässt mir ausreichend Freiraum, dass ich für mein Wohlbefinden sorgen kann.	85%	87%	83%	85%	85%	82%	88%
Geschäftsreisen sind für mich deutlich stressfreier, wenn sie von einem professionellen Reiseexperten geplant und gebucht werden.	82%	85%	79%	81%	83%	86%	77%
Ruhezeiten werden wegen der ständigen Erreichbarkeit - auch 'über den Wolken' - immer weiter eingeschränkt.	63%	59%	67%	60%	66%	75%	52%
Geschäftsreisen schränken meine Work-Life-Balance ein.	61%	62%	61%	58%	65%	70%	53%
Ich versuche Geschäftsreisen aus gesundheitlichen Gründen zu vermeiden.	48%	53%	44%	44%	53%	54%	43%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 36: Welche Einstellung haben Sie zu Geschäftsreisen, wenn es um Ihr körperliches Wohlbefinden geht? Bitte geben Sie an, inwieweit Sie den unten genannten Aussagen zustimmen oder nicht zustimmen.

Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP-2: „Stimme voll und ganz zu“ + „Stimme eher zu“)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Geschäftsreise der Zukunft

Jeder fünfte Geschäftsreisende geht nicht davon aus, dass Unternehmen in Zukunft etwas dafür tun, um die Geschäftsreisen entspannter zu gestalten.

Über Service-Apps haben die Unternehmen die Möglichkeit, ihren Mitarbeitern auf Geschäftsreisen relevante Informationen in Echtzeit zum Reiseverlauf und Reiseziel zur Verfügung zu stellen.



Anbieter werden stärker auf die Bedürfnisse älterer Reisender eingehen.



Das Hotel wird mehr und mehr zum Business-Center. Bspw. über das Angebot von Einzelbüros mit kompletter Ausstattung werden sich Hotels verstärkt auf die individuellen Bedürfnisse der Geschäftsreisenden eingehen.



Durch den Wunsch nach mehr Individualität der Geschäftsreisenden werden Übernachtungsangebote von Serviced Apartments, z.B. über Airbnb Business, als Alternative zu Hotels zunehmen.



Über Kooperationen einzelner Dienstleister (z. B. Anbieter von Apartments, Restaurants, Shuttle-Services etc.) lassen sich Geschäftsreisen individueller und flexibler gestalten.



Unternehmen bieten ihren geschäftsreisenden Mitarbeitern die Möglichkeit, zur Entspannung Zusatzangebote wahrzunehmen, wie z. B. Kurse oder Seminare im Bereich Sport oder Kultur.



■ Ganz bestimmt ■ Wahrscheinlich ■ Wahrscheinlich nicht ■ Bestimmt nicht

Frage 37a: Ein Blick in die Zukunft: Was denken Sie, wie werden sich Geschäftsreisen in den nächsten fünf Jahren verändern? Bitte geben Sie an, für wie wahrscheinlich Sie die folgenden Entwicklungen halten.

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP: „Ganz bestimmt“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Erwartungen in den nächsten fünf Jahren:

Umweltfreundlichere und nachhaltigere Geschäftsreisen

Spontan und aktuell werden es wohl mehr Geschäftsreisen werden

Reisen werden entschieden komfortabler aber auch wesentlich teurer

Es lassen sich noch während der Reise Anpassungen vornehmen.

Freiraum wird kleiner

Höherer Kostendruck

Bessere Koordinierung

Videokonferenzen werden so manche Geschäftsreise überflüssig machen

Besserer Service

Steigende Kosten

Eher von mehreren Firmen gemeinsam geplante Reisen

Das meiste wird über zentrale Portale buchbar sein - alles aus einem Guss und flexibel anpassbar, auch von Endgeräten aus und während der eigentlichen Reise

Mehr mobile Check-Ins

Mehr Informationen zu Streiks, Terminen und Besonderheiten den Flug betreffend

Bessere Reisebürobetreuung

Politische Unruhen in Europa

Mehr leistungsfähige mobile Anwendungen

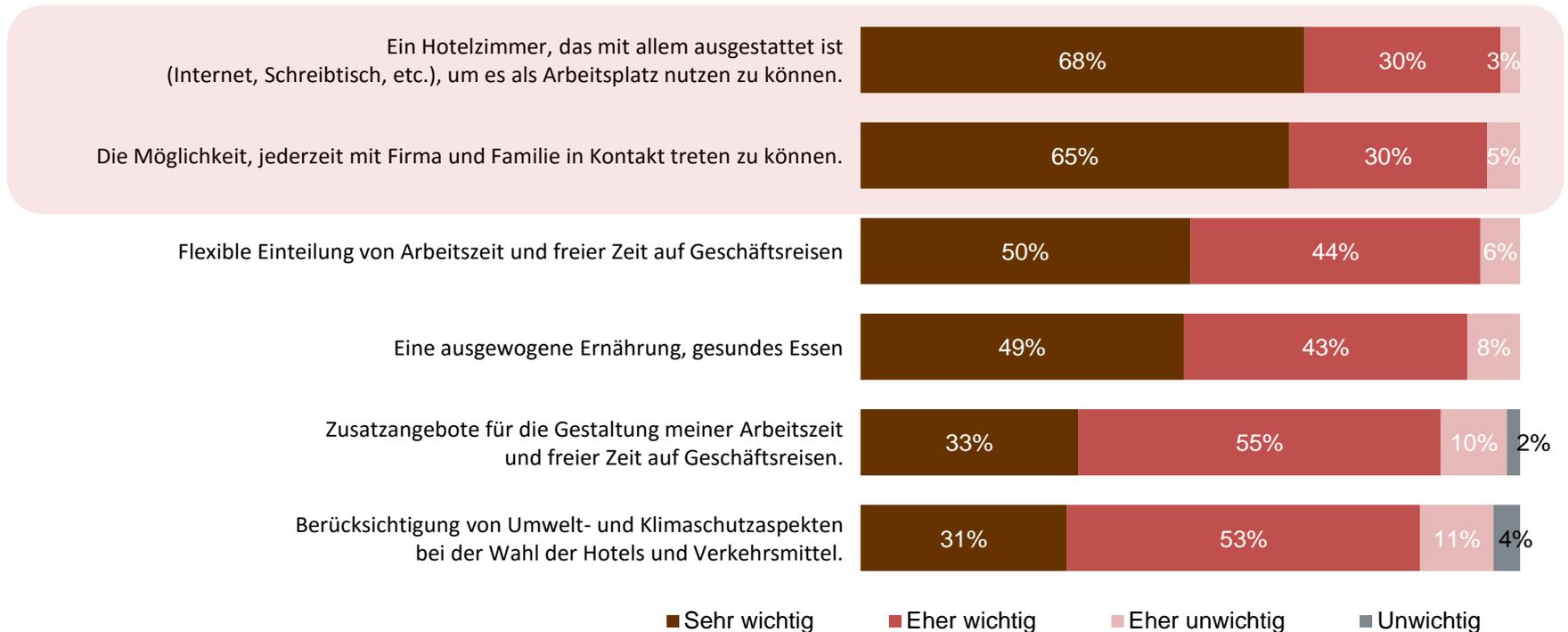
Erweiterung der gesetzlichen Vorgaben

Sicherheitsprobleme

Frage 37b: Gibt es weitere Veränderungen, die Sie in den nächsten fünf Jahren bei Geschäftsreisen erwarten? Wenn ja, welche sind das?  
Basis: alle Befragten (Veränderungen genannt), N = 220 (Offene Nennungen)

## Geschäftsreise der Zukunft

Mehr als 90 Prozent der Geschäftsreisenden wünschen sich ein Hotelzimmer, das sie auch als Arbeitsplatz nutzen können und die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können.



Frage 38a: Nun geht es um Ihre ganz persönlichen Ansprüche und Vorlieben bei Ihren Geschäftsreisen. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach TOP: „Sehr wichtig“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Insbesondere Frauen achten während ihrer Geschäftsreisen auf gesunde Ernährung und Freizeitgestaltung.

Top: Sehr wichtig	Position			Geschlecht	
	Gesamt	Geschäfts- führung,-leitung oder Vorstand	Führungs- kraft/ Fachkraft	Männer	Frauen
	Basis (Fallzahl)	110	110	110	110
Ein Hotelzimmer, das mit allem ausgestattet ist (Internet, Schreibtisch, etc.), um es als Arbeitsplatz nutzen zu können.	68%	74%	62%	65%	71%
Die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können.	65%	67%	63%	65%	65%
Flexible Einteilung von Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	50%	57%	42%	50%	49%
Eine ausgewogene Ernährung, gesundes Essen	49%	58%	40%	42%	56%
Zusatzangebote für die Gestaltung meiner Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen.	33%	34%	33%	28%	38%
Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaschutzaspekten bei der Wahl der Hotels und Verkehrsmittel.	31%	29%	34%	30%	33%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 38a: Nun geht es um Ihre ganz persönlichen Ansprüche und Vorlieben bei Ihren Geschäftsreisen. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?

Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP: „Sehr wichtig“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Je häufiger die Befragten unterwegs sind, desto höher sind auch die Ansprüche an die Ausstattung des Hotelzimmers als Arbeitsplatz.

Top: Sehr wichtig	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54	128	90
Ein Hotelzimmer, das mit allem ausgestattet ist (Internet, Schreibtisch, etc.), um es als Arbeitsplatz nutzen zu können.	<b>68%</b>	50%	62%	69%	85%	58%	82%
Die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können.	<b>65%</b>	61%	68%	67%	61%	62%	70%
Flexible Einteilung von Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	<b>50%</b>	36%	43%	56%	59%	43%	59%
Eine ausgewogene Ernährung, gesundes Essen	<b>49%</b>	53%	49%	43%	54%	49%	50%
Zusatzangebote für die Gestaltung meiner Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen.	<b>33%</b>	25%	29%	34%	43%	34%	33%
Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaschutzaspekten bei der Wahl der Hotels und Verkehrsmittel.	<b>31%</b>	28%	33%	34%	28%	42%	17%

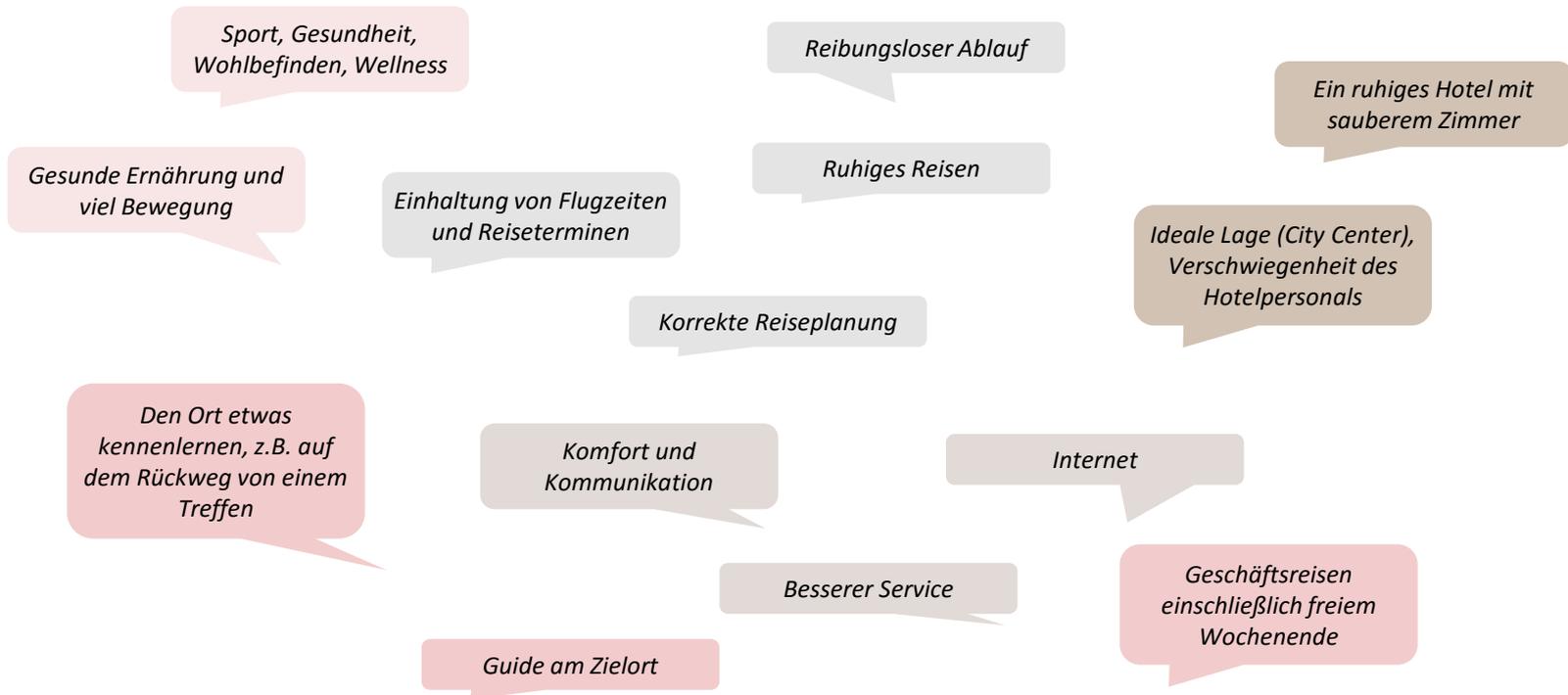
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 38a: Nun geht es um Ihre ganz persönlichen Ansprüche und Vorlieben bei Ihren Geschäftsreisen. Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Aspekte?  
Basis: alle Befragten, N = 220 (TOP: „Sehr wichtig“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Was auf Geschäftsreisen wichtig ist:



Frage 38b: Gibt es weitere Aspekte, die Ihnen auf Ihren Geschäftsreisen besonders wichtig sind? Wenn ja, welche sind das?  
Basis: alle Befragten (Weitere Aspekte genannt), N = 220 (Offene Nennungen)

## Geschäftsreise der Zukunft

Eine angenehme Atmosphäre des Hotels ist für nahezu alle Geschäftsreisenden die Voraussetzung, um zwischendurch entspannen zu können.



Frage 39: Geschäftsreisen sind oftmals auch mit Hotelübernachtungen verbunden. Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu, wenn es um die Wahl eines Hotels für Ihre Geschäftsreise geht?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala: „Stimme zu“ / „Stimme nicht zu“, dargestellt: „Stimme zu“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Kleine und individuelle Boutique-Hotels werden vor allem von Vielreisenden geschätzt.

Stimme zu	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen			
		Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54
Um zwischendurch entspannen zu können, ist mir die Atmosphäre des Hotels sehr wichtig.	97%	97%	97%	97%	96%
Ein Sport- und Wellnessangebot ist mir wichtig.	78%	61%	77%	79%	91%
Eine persönliche Ansprache, die sich an meinen Vorlieben orientiert (z. B. Lage des Hotelzimmers im Haus) ist mir wichtig.	71%	69%	62%	67%	89%
Ich bevorzuge ein Business-Hotel einer großen Kette mit einem internationalen Standard.	70%	61%	68%	69%	81%
Bei der Auswahl des Hotels achte ich auf Gesundheitsaspekte, wie z. B. Allergiker-Bettwäsche, gesunde Küche, etc.	60%	56%	51%	59%	78%
Ich bevorzuge die Atmosphäre eines eher kleinen und individuellen Boutique-Hotels.	58%	44%	52%	54%	80%
Business-Hotels empfinde ich als kalt und seelenlos.	54%	47%	48%	52%	67%
Um mehr Privatsphäre zu genießen zu können, achte ich darauf, das Hotel nicht mit Kollegen zuteilen.	54%	39%	38%	57%	80%
Die Wahl des Hotels ist in unserer Reiserichtlinie festgelegt. Darauf habe ich keinen Einfluss.	42%	53%	22%	36%	69%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

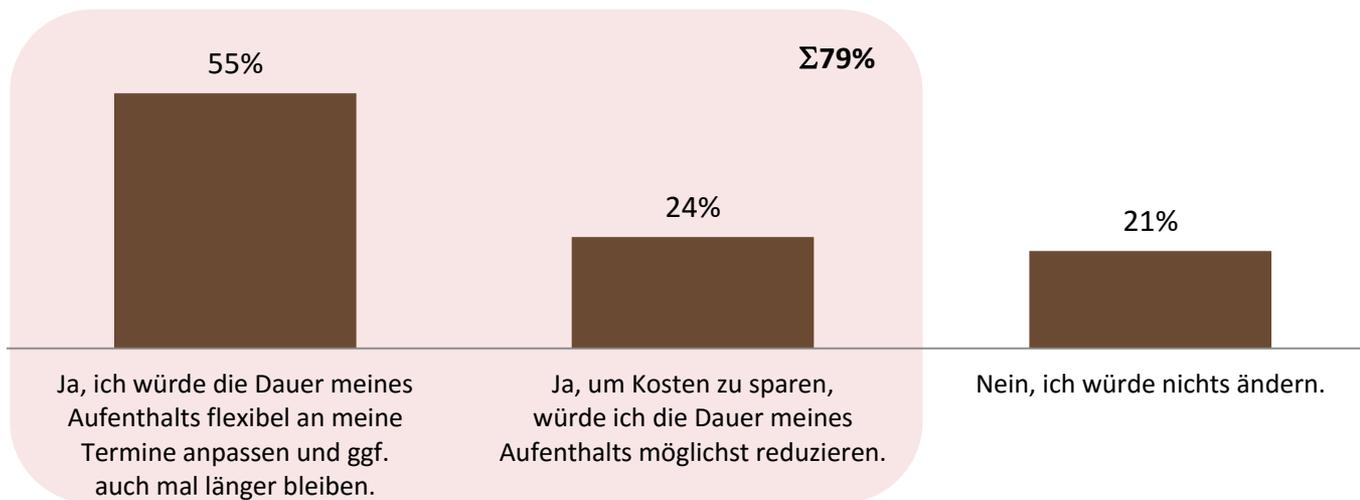
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 39: Geschäftsreisen sind oftmals auch mit Hotelübernachtungen verbunden. Welchen der folgenden Aussagen stimmen Sie zu, wenn es um die Wahl eines Hotels für Ihre Geschäftsreise geht?

Basis: alle Befragten, N = 220 („Stimme zu“)

## Geschäftsreise der Zukunft

Würde sich der Preis für eine Übernachtung nach der Dauer des Aufenthalt richten, würden fast 80 Prozent der Befragten ihr Reiseverhalten ändern. Mehr als die Hälfte würde auch mal länger bleiben.



Frage 40: Stellen Sie sich vor, der Preis für eine Übernachtung ermittelt sich nach der genauen Dauer Ihres Aufenthalts, mit einer stundengenauen Abrechnung. Wenn Sie also schon sehr früh abreisen oder sehr spät anreisen würden, wäre die Übernachtung günstiger. Was denken Sie, würde sich Ihr Reiseverhalten dadurch ändern?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Geschäftsreise der Zukunft

Insbesondere für Vielreisende wäre dieses Preismodell ein Anreiz, die Dauer des Aufenthalts flexibel an die Termine anzupassen und auch mal länger zu bleiben.

	Anzahl Geschäftsreisen				
	Gesamt	Fünf bis sechs Geschäftsreisen im Jahr	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	Fünf und mehr Geschäftsreisen im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	36	69	61	54
Ja, ich würde die Dauer meines Aufenthalts flexibel an meine Termine anpassen und ggf. auch mal länger bleiben.	<b>55%</b>	36%	55%	54%	69%
Ja, um Kosten zu sparen, würde ich die Dauer meines Aufenthalts möglichst reduzieren.	<b>24%</b>	36%	19%	18%	28%
Nein, ich würde nichts ändern.	<b>21%</b>	28%	26%	28%	4%

Frage 40: Stellen Sie sich vor, der Preis für eine Übernachtung ermittelt sich nach der genauen Dauer Ihres Aufenthalts, mit einer stundengenauen Abrechnung. Wenn Sie also schon sehr früh abreisen oder sehr spät anreisen würden, wäre die Übernachtung günstiger. Was denken Sie, würde sich Ihr Reiseverhalten dadurch ändern?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

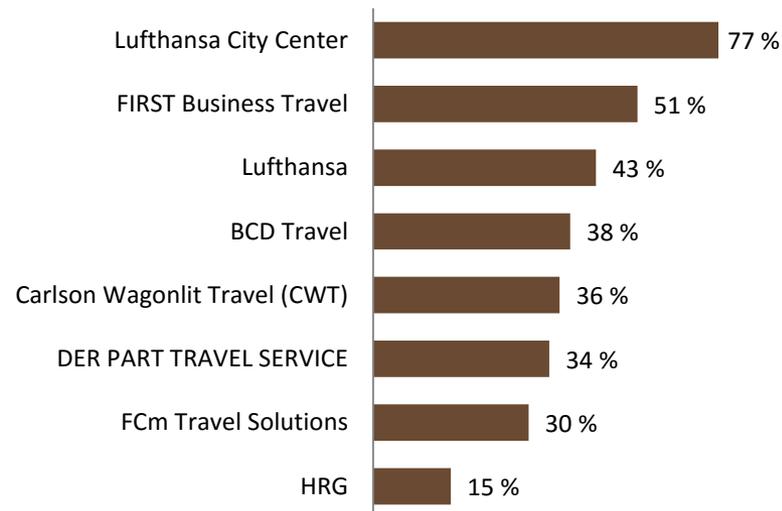
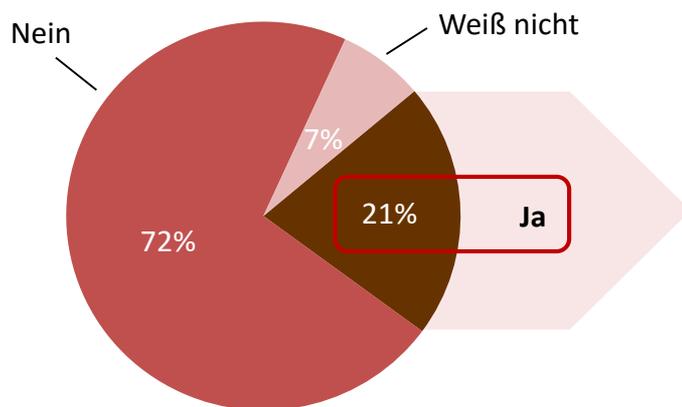
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Kampagnenwirkung

Etwa jeder fünfte Geschäftsreisende kennt die Kampagne „Chefsache Businessstravel“.



Frage 41: Der DRV Deutscher Reiseverband hat im letzten Jahr eine Kampagne mit dem Titel „Chefsache Businessstravel“ gestartet. Kennen Sie diese Kampagne?  
Basis: alle Befragten, N = 220

Frage 42: Welche der folgenden Unternehmen sind Ihnen als Kampagnenpartner von „Chefsache Business Travel“ bekannt?  
Basis: Befragte, denen die DRV-Kampagne bekannt ist, N = 47 (Mehrfachnennung)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

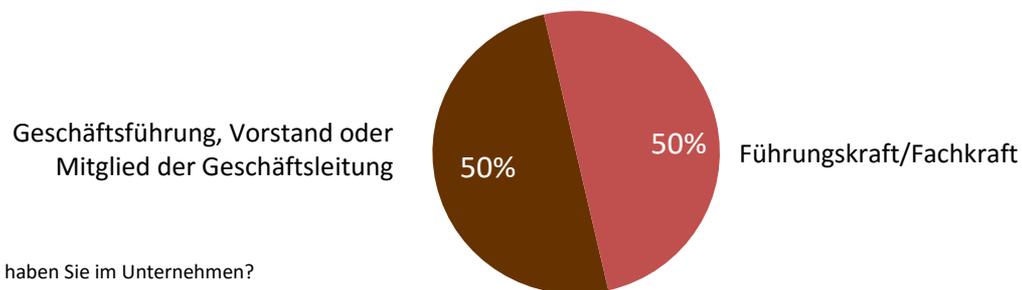
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

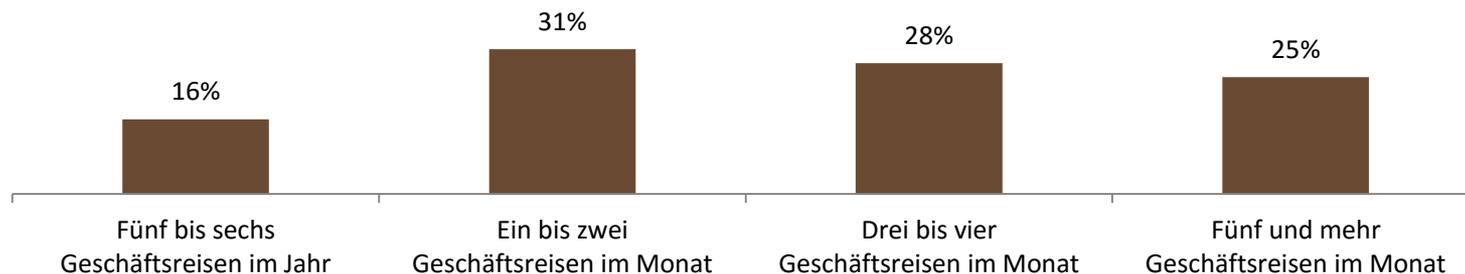
**Statistik**

## Statistik

### Position/Anzahl der Geschäftsreisen



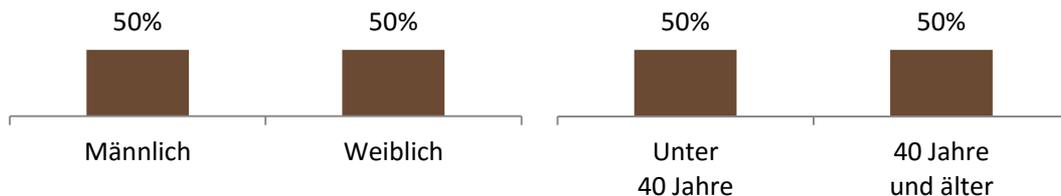
Screening 1. Welche Position haben Sie im Unternehmen?  
Basis: Alle Befragten, N = 220



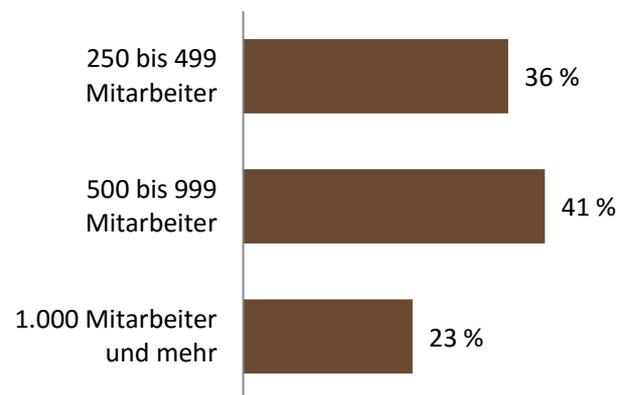
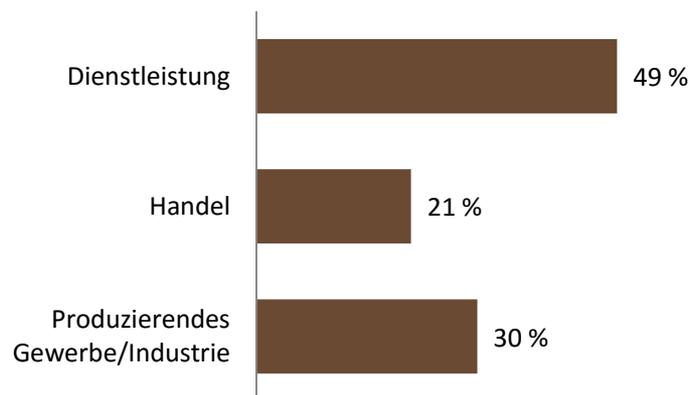
Screening 2. Kurz zur Definition des Begriffs Geschäftsreisen: Unter Geschäftsreisen verstehen wir einerseits längere geschäftliche Aufenthalte in anderen Städten oder im Ausland mit Übernachtungen, andererseits aber auch Außer-Haus-Termine, für die der betreffende Mitarbeiter per Auto, Zug oder Flugzeug reist, aber nicht unbedingt eine Übernachtung einplanen muss. Wie viele Geschäftsreisen absolvieren Sie ungefähr?  
Basis: Alle Befragten, N = 220.

## Statistik

### Geschlecht, Alter, Branche und Unternehmensgröße



Screening 5. Bitte tragen Sie Ihr Geschlecht ein. /  
Screening 6. Wie alt sind Sie?  
Basis: Alle Befragten, N = 220.



Screening 3. In welcher Branche ist Ihr Unternehmen tätig?  
Basis: Alle Befragten, N = 220.

Screening 4. Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen in Deutschland?  
Basis: Alle Befragten, N = 220.

## Kontakt

Für Rückfragen zu dieser Studie:

DRV Deutscher ReiseVerband e.V.

Sibylle Zeuch

Schicklerstraße 5-7

D-10179 Berlin

E-Mail: [zeuch@drv.de](mailto:zeuch@drv.de)

Telefon +49 30 28406 -15

Fax +49 30 28406-30

**Website: <http://www.chefsache-businesstravel.de>**

Realisierung der Studie:

Faktenkontor GmbH

Florian Hering

Ludwig-Erhard-Straße 37

D-20459 Hamburg

E-Mail: [florian.hering@faktenkontor.de](mailto:florian.hering@faktenkontor.de)

Tel.: +49 40 253185-126

Hinweis: Diese Marktforschungsergebnisse stellen wir Ihnen als **Hintergrundinformation** zur Verfügung. Statements zu den Studienergebnissen entnehmen Sie bitte den Presseinformationen und Veröffentlichungen des DRV. Diese finden Sie auf: <http://www.chefsache-businesstravel.de> . Wünschen Sie Zitate und Statements, so sprechen Sie uns an.