

# Chefsache Business Travel 2017

## Studie 2017

Herausgeber:

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

**BCD** travel

 **Lufthansa**  
City Center

Carlson  
Wagonlit  
Travel

**FC**<sup>m</sup>  
TRAVEL  
SOLUTIONS



GLOBAL BUSINESS TRAVEL

**DER**PART Travel  
Service

 **Lufthansa**

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

## Inhalt

**Untersuchungsansatz** S. 3

### **Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary** S. 4

**Relevanz von Geschäftsreisen** S. 9

**Organisation und Zeitmanagement** S. 12

**Mobilitätsmanagement** S. 21

**Risiko- und Informationsmanagement** S. 24

**Auswirkungen der Digitalisierung** S. 44

**Gesundheitsaspekte** S. 59

**Geschäftsreise der Zukunft** S. 66

**Kampagnenwirkung** S. 76

**Statistik** S. 79

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 des DRV Deutscher ReiseVerband durchgeführt wurde.

### Befra- gungs- zeitraum

- Die Daten sind im Februar und März 2017 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 2016“ 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 eine immer größere Rolle. Nach rund der Hälfte im Jahr 2015 bzw. sieben von zehn Befragten 2016 gehen mittlerweile mehr als acht von zehn der befragten Geschäftsreisenden davon aus, dass ein persönliches Treffen einen großen Einfluss auf die Abschlussbereitschaft von Neu- und Folgeaufträgen hat. Persönliche Treffen beim Kunden vor Ort würden nach Meinung der Geschäftsreisenden die Abschlussbereitschaft für Folgeaufträge im Durchschnitt um 50 Prozent erhöhen (Seiten 10 und 11). Vor allem Handelsunternehmen sind vom Erfolg von Geschäftsreisen überzeugt (Seite 11).

### **Buchungen von Geschäftsreisen**

Über drei Viertel der Befragten arbeiten bei der Durchführung von Buchungen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen (Seite 13). Als Hauptnutzen nennen sie die effiziente Abwicklung der Buchungen sowie Zeit- und Kostenersparnisse (Seite 15). Insbesondere große und Handelsunternehmen nehmen die Unterstützung eines professionellen Geschäftsreisebüros in Anspruch (Seite 14).

Fast sechs von zehn Geschäftsreisenden buchen ihre Reisen zumindest teilweise über ihr Geschäftsreisebüro selbst, überwiegend über eine von diesem bereitgestellte Online-Plattform (Seite 17). Nichtkunden eines Geschäftsreisebüros buchen ihre Reisen ähnlich häufig direkt beim jeweiligen Anbieter bzw. über ein Online-Buchungsportal. Die Bedeutung von Online-Buchungsportalen hat dabei im Vergleich zu 2016 zugenommen, während Direktbuchungen seltener getätigt werden (Seite 18).

Bei der Buchung einer Geschäftsreise achten die Reisenden vor allem auf die Erfüllung der Aspekte Sicherheit, schnellste Verbindung, Komfort / stressfreies Reisen und die Einhaltung der unternehmensinternen Reiserichtlinien (Seite 19). Kunden eines Geschäftsreisebüros stellen insgesamt höhere Anforderungen in Verbindung mit der Buchung einer Geschäftsreise und achten auf fast alle Aspekte häufiger als Nichtkunden (Seite 20).

## Management Summary

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

Für die Weiterreise am Zielort nutzen die Geschäftsreisenden meist ein Taxi, einen Miet- oder einen Dienstwagen. Sammelbeförderungen wie Shuttle-Busse oder der ÖPNV werden deutlich seltener in Anspruch genommen. Auch alternative Verkehrsmittel wie Carsharing oder die Nutzung eines Mietfahrrades sind noch nicht weit verbreitet (Seite 22). Insbesondere Carsharing findet allerdings zumindest bei weiblichen Geschäftsreisenden relativ hohen Anklang (Seite 23).

### **Informationen vor Reiseantritt**

Über 80 Prozent der Geschäftsreisenden mussten schon einmal kurzfristig eine Reise umdisponieren, überwiegend wegen Verspätungen oder den Auswirkungen von Warnstreiks (Seite 34). Streiks bedeuten für die Betroffenen vor allem Verlust wertvoller Arbeitszeit (Seite 38). Wegen der zahlreichen Folgen aufgrund unvorhergesehener Reiseunterbrechungen sind den Geschäftsreisenden entsprechende Informationen über z.B. wetter- oder streikbedingte Verspätungen und Ausfälle besonders wichtig. Diese stellt eher das Geschäftsreisebüro (rund ein Drittel) als das Unternehmen (rund ein Viertel) zur Verfügung (Seite 33).

Auch die für die Betroffenen besonders relevanten Informationen über Risiken im Ausland werden tendenziell eher vom Geschäftsreisebüro zusammengestellt (Seite 33). Allerdings unterstützen auch sieben von zehn Unternehmen ihre Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken im Ausland (Seite 25). Diese werden den Reisenden primär mit den Reiseunterlagen und im Intranet bereitgestellt (Seite 26). Und das ist auch sinnvoll – denn mehr als vier von zehn Reisenden hatten schon einmal Probleme bei Auslandsreisen. Am häufigsten (25%) haben politische Unruhen im Zielland die Reise unmöglich gemacht oder zumindest behindert. Allerdings führten auch vermeidbare Dinge wie fehlende Visa, Reisepässe oder Zollbestimmungen bei knapp jedem Fünften zu Komplikationen (Seite 35).

## Management Summary

### **Unterstützung während der Geschäftsreise**

Nach den zahlreichen Terroranschlägen in der Vergangenheit fühlt sich die Hälfte der Geschäftsreisenden bei Reisen unsicher. Vor allem Frauen und Jüngere haben überdurchschnittlich häufig Sicherheitsbedenken (Seite 38). Gleichwohl gehen acht von zehn Reisende davon aus, dass ihr Unternehmen ihnen helfen wird, wenn etwas Unvorhergesehenes passiert. Über siebzig Prozent fühlen sich zudem gut auf den Krisenfall vorbereitet und wissen, bei wem sie sich im Bedarfsfall melden können (Seite 39).

In knapp jedem zweiten Unternehmen gibt es ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen (Seite 42). Zu dessen drei wichtigsten Maßnahmen zählen in jeweils über 90 Prozent der Fälle Rückholpläne bei Erkrankung, Informationen vor der Reise und Ansprechpartner im Unternehmen, an die sich Mitarbeiter im Ernstfall wenden können (Seite 43).

### **Auswirkungen der Digitalisierung**

Geschäftsreisen werden vielfach online gebucht. Das Vertrauen in die Sicherheit der Daten ist dabei mit 83 Prozent hoch (Seite 47). Zu Verärgerung führen bei Online-Buchungen andere Aspekte, vor allem eine intransparente Darstellung der Kosten, ein nicht funktionierender Online-Check-In (jeweils 22%) und ein unübersichtliches Buchungsportal (19%; Seite 45).

Fast jeder nutzt auf seinen Geschäftsreisen ein mobiles Endgerät (Seite 48). Besonders wichtig sind den Reisenden dabei der Schutz der persönlichen Daten (57% „sehr wichtig“) und die gute Erreichbarkeit (46%; Seite 56).

Apps speziell zur Informationssuche oder Durchführung der Geschäftsreise nutzen hingegen nur 40 Prozent der Reisenden (Seite 48), primär zur Navigation und Orientierung vor Ort (67%) und für Wetterprognosen (53%; Seite 51). Die Nichtnutzer halten derartige Apps hingegen vor allem für zu umständlich, teils aber auch für zu unsicher wegen des Zugriffs auf vertrauliche Unternehmensdaten (Seite 54).

53 Prozent der Unternehmen bieten ihren Geschäftsreisenden die Möglichkeit des Mobile Payments mit einer Firmenkreditkarte an. Gut die Hälfte derer, die diesen Service nutzen könnten, machen von dieser Möglichkeit Gebrauch (Seite 58).

## Management Summary

### Stressfaktor Reisen?

Ein Viertel der Geschäftsreisenden empfindet den Stresslevel ihrer Geschäftsreisen als hoch (Seite 60). Hauptverursacher von Stress sind lange Fahrtzeiten, schlecht geplante Reiseverbindungen und streikbedingte Ausfälle von Geschäftsterminen (Seite 61). Bei Reisenden, die ihren Stresslevel als sehr hoch einstufen, ist auch die Sorge vor Terroranschlägen einer der wichtigsten Auslöser von Stress (Seite 66). Losgelöst vom Stress benennen fast neun von zehn Reisende negative Auswirkungen auf die Gesundheit bei ihren Reisen, primär schlechten Schlaf (34%; Seite 63).

### Wo die Reise hingehet: Geschäftsreisetrends

Auf der „Wunschliste“ für zukünftige Geschäftsreisen stehen neben dem Wunsch nach einem reibungslosen Ablauf (56% „sehr wichtig“) dennoch andere Kriterien ganz oben: Ein Hotelzimmer, das auch als Arbeitsplatz genutzt werden kann (55%), die Möglichkeit, jederzeit mit Firma oder Familie in Kontakt treten zu können, sowie die Möglichkeit einer flexiblen An- und Abreise im Hotel (jeweils 50%). Eine gesunde Ernährung, Sport- und Wellness-Angebote oder mehr Zeit bzw. Zusatzangebote für die Freizeit spielen nur eine teils deutlich geringere Rolle (Seite 70).

Die Haupterwartungen an die Geschäftsreisen der Zukunft betreffen überwiegend andere Aspekte: Die Geschäftsreisenden rechnen mit mehr Kostenbewusstsein bei den Unternehmen (27%), einer Zunahme von Geschäftsreisen und der Bereitstellung von Service-Apps für reiserelevante Informationen in Echtzeit (jeweils 25%). Ein Angebot von mehr Möglichkeiten zur Entspannung erwartet nicht einmal jeder fünfte Reisende (Seite 67).

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**

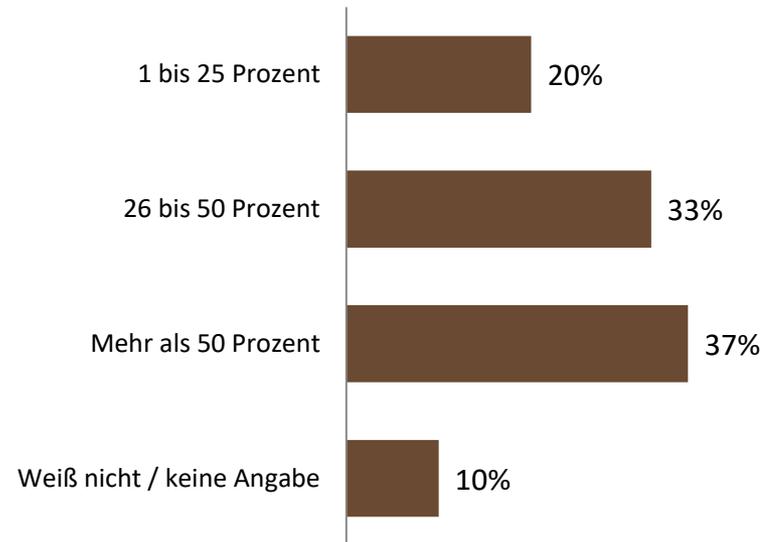
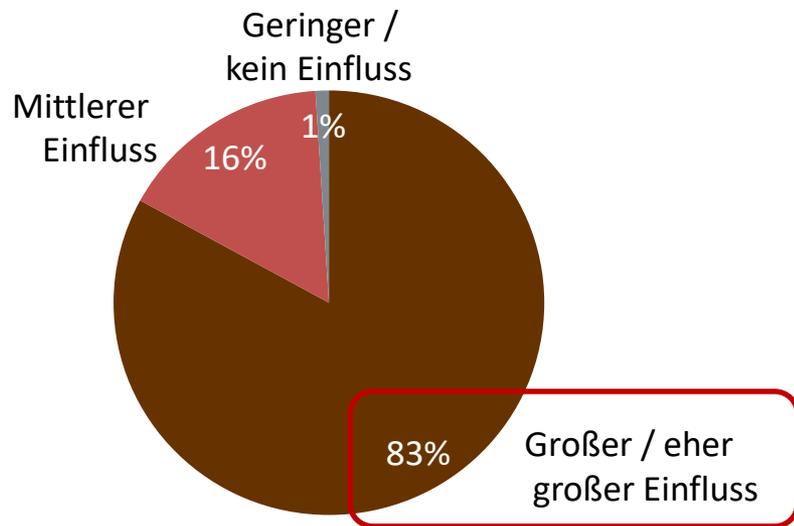
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Relevanz von Geschäftsreisen

Mehr als acht von zehn Geschäftsreisenden gehen davon aus, dass ein persönliches Treffen einen großen Einfluss auf die Abschlussbereitschaft von Neu- und Folgeaufträgen hat.



Nach Meinung der Geschäftsreisenden erhöhen persönliche Treffen die Abschlussbereitschaft für **Folgeaufträge** im Durchschnitt um **50%**.

Frage 1: 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 (Skala von 1 = Sehr großer Einfluss bis 10 = Kein Einfluss: Großer / eher großer Einfluss (1-3), Mittlerer Einfluss (4-7), Geringer / kein Einfluss (8-10))

Frage 2: 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)

## Relevanz von Geschäftsreisen

Die Bedeutung von persönlichen Treffen für den Abschlusserfolg wächst stetig. Vor allem im Handel haben persönliche Kontakte einen hohen Einfluss auf die Abschlussbereitschaft.

	2015	2016	2017			
			Gesamt	Branche		
				Handel	Dienstleistungen	Produzierendes Gewerbe / Industrie
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	220	220	65	69	86
<b>Einfluss von Geschäftsreisen auf Abschlussbereitschaft von Neu- / Folgeaufträgen</b>						
Großer / eher großer Einfluss	49%	71%	83%	91%	77%	81%
Mittlerer Einfluss	32%	13%	16%	9%	19%	19%
Geringer / kein Einfluss	19%	16%	1%	–	4%	–
<b>Erhöhung der Abschlussbereitschaft durch persönliches Treffen mit Kunde, der größeren Folgeauftrag vergeben will</b>						
1 bis 25 Prozent	35%	23%	20%	6%	35%	19%
26 bis 50 Prozent	34%	39%	33%	51%	22%	29%
Mehr als 50 Prozent	24%	28%	37%	40%	35%	37%
Weiß nicht / keine Angabe	8%	10%	10%	3%	9%	15%
<b>Durchschnitt</b>	<b>41%</b>	<b>46%</b>	<b>50%</b>	<b>54%</b>	<b>45%</b>	<b>50%</b>

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 1: 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 (Skala von 1 = Sehr großer Einfluss bis 10 = Kein Einfluss: Großer Einfluss (1-3), Mittlerer Einfluss (4-7), Geringer / kein Einfluss (8-10))

Frage 2: 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**

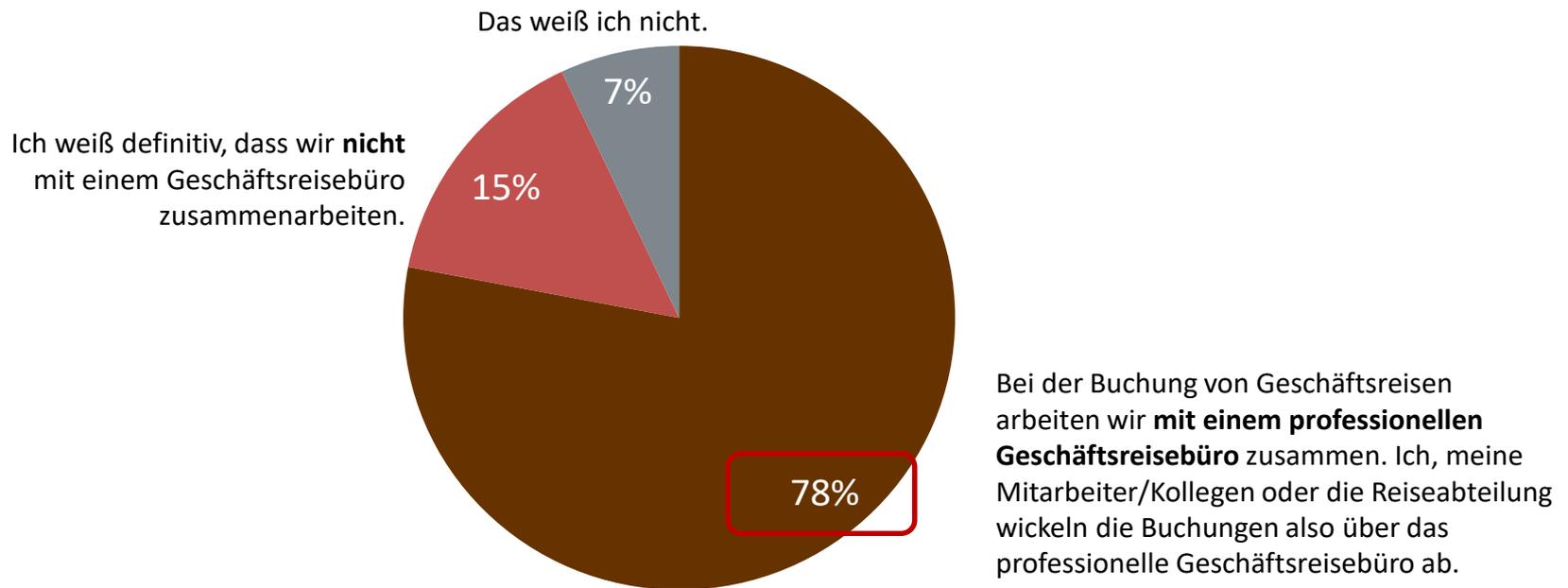
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Organisation und Zeitmanagement

Fast acht von zehn Unternehmen arbeiten bei der Durchführung von Buchungen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen.



Frage 3: Arbeitet Ihr Unternehmen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen?  
Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Organisation und Zeitmanagement

Vor allem große und Handelsunternehmen arbeiten bei der Buchung von Geschäftsreisen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen.

	Gesamt	Unternehmensgröße (Mitarbeiter)			Branche		
		250 bis 499	500 bis 999	1.000 oder mehr	Handel	Dienstleistung	Produzierendes Gewerbe/ Industrie
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	93	84	43	65	69	86
Bei der Buchung von Geschäftsreisen arbeiten wir mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen.	<b>78%</b>	73%	80%	86%	92%	76%	70%
Ich weiß definitiv, dass wir nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten.	<b>15%</b>	12%	18%	14%	6%	23%	14%
Das weiß ich nicht.	<b>7%</b>	15%	2%	–	2%	1%	16%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

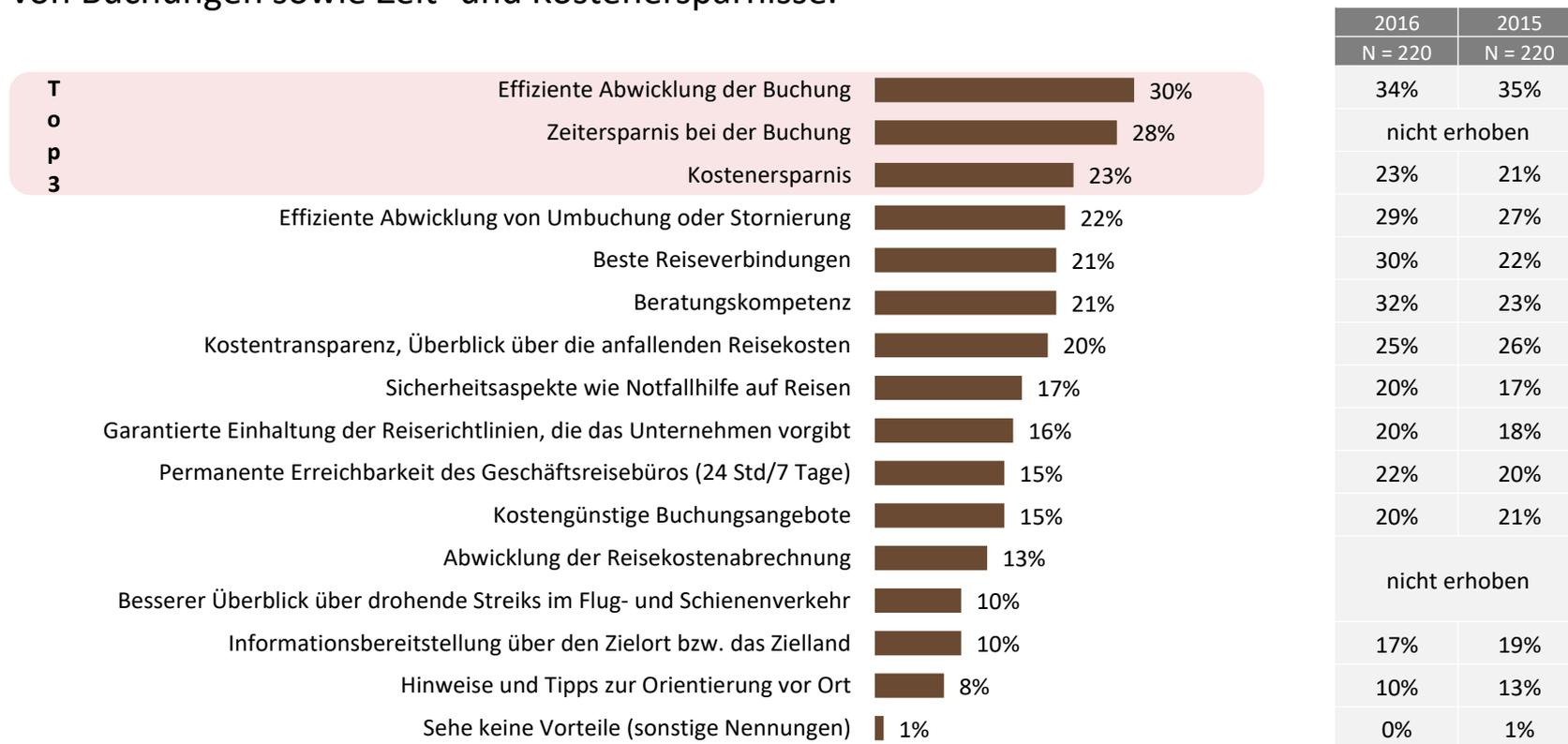
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 3: Arbeitet Ihr Unternehmen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Organisation und Zeitmanagement

Hauptvorteile bei der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro: Eine effiziente Abwicklung von Buchungen sowie Zeit- und Kostenersparnisse.



Frage 4: 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

Männer und Beschäftigte in Großunternehmen erkennen in der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro häufiger Effizienz-Vorteile.

	Gesamt	Geschlecht		Unternehmensgröße (Mitarbeiter)			Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Männlich	Weiblich	250 bis 499	500 bis 999	1.000 oder mehr	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	93	84	43	172	32
Effiziente Abwicklung der Buchung	<b>30%</b>	35%	26%	29%	31%	33%	32%	28%
Zeitersparnis bei der Buchung	<b>28%</b>	30%	25%	25%	25%	40%	27%	34%
Kostensparnis	<b>23%</b>	28%	17%	22%	20%	30%	24%	19%
Effiziente Abwicklung von Umbuchung oder Stornierung	<b>22%</b>	23%	21%	23%	18%	28%	22%	28%
Beste Reiseverbindungen	<b>21%</b>	19%	24%	28%	19%	12%	27%	3%
Beratungskompetenz	<b>21%</b>	21%	22%	22%	20%	23%	22%	31%
Kostentransparenz, Überblick über die anfallenden Reisekosten	<b>20%</b>	21%	19%	10%	29%	26%	22%	13%
Sicherheitsaspekte wie Notfallhilfe auf Reisen	<b>17%</b>	10%	25%	19%	20%	7%	17%	13%
Garantierte Einhaltung der Reiserichtlinien, die das Unternehmen vorgibt	<b>16%</b>	19%	13%	14%	15%	21%	17%	13%
Permanente Erreichbarkeit des Geschäftsreisebüros (24 Std/7 Tage)	<b>15%</b>	14%	15%	13%	18%	12%	16%	13%
Kostengünstige Buchungsangebote	<b>15%</b>	16%	13%	14%	18%	9%	15%	16%
Abwicklung der Reisekostenabrechnung	<b>13%</b>	15%	12%	11%	15%	14%	13%	9%
Besserer Überblick über drohende Streiks im Flug- und Schienenverkehr	<b>10%</b>	7%	14%	13%	8%	9%	10%	9%
Informationsbereitstellung über den Zielort bzw. das Zielland	<b>10%</b>	8%	12%	13%	5%	14%	12%	3%
Hinweise und Tipps zur Orientierung vor Ort	<b>8%</b>	10%	6%	10%	6%	9%	8%	13%
Sehe keine Vorteile (sonstige Nennungen)	<b>1%</b>	2%	–	2%	–	–	–	6%

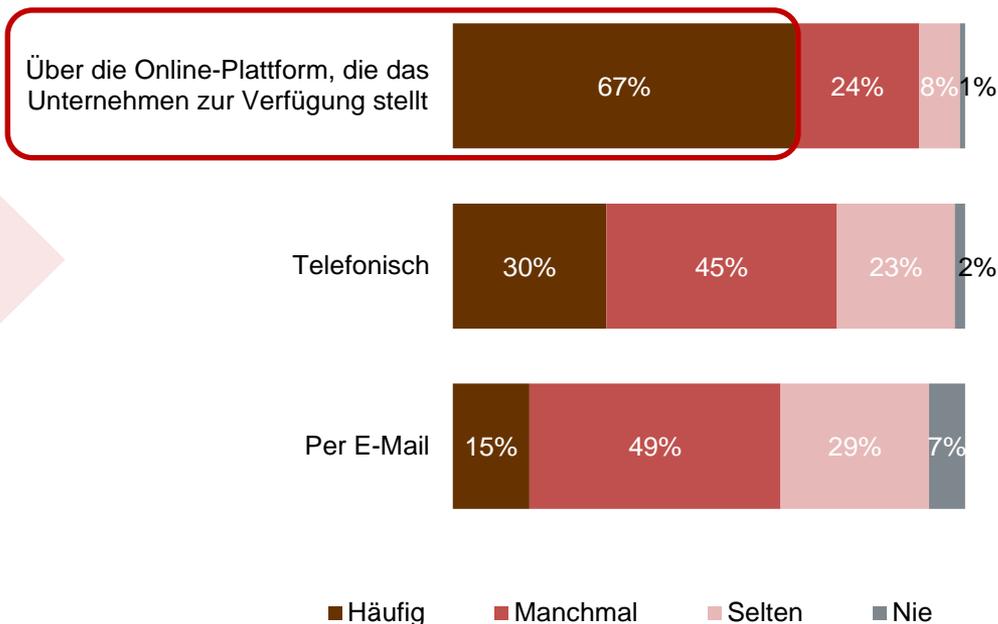
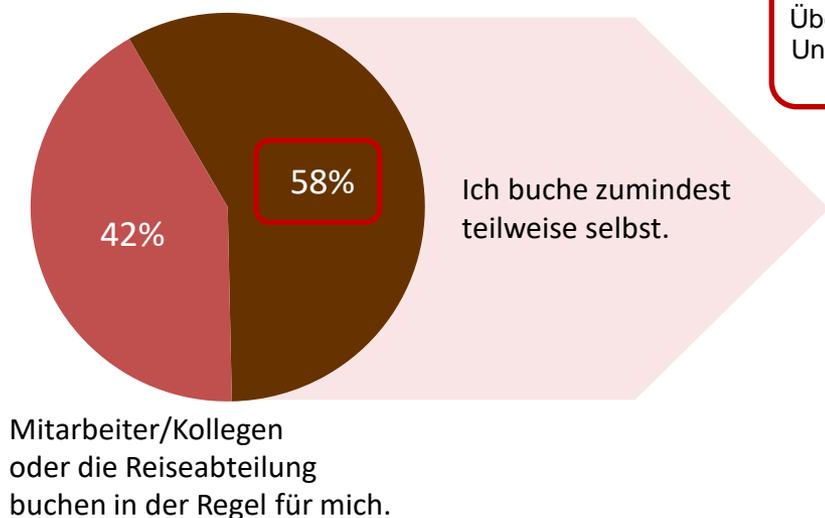
Frage 4: Wo sehen Sie die drei größten Vorteile bei der Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro?  
Basis: Alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung, maximal drei Nennungen)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Organisation und Zeitmanagement

Knapp sechs von zehn Geschäftsreisende buchen zumindest einige ihrer Reisen selbst bei ihrem Geschäftsreisebüro, meist über eine von diesem bereitgestellte Online-Plattform.

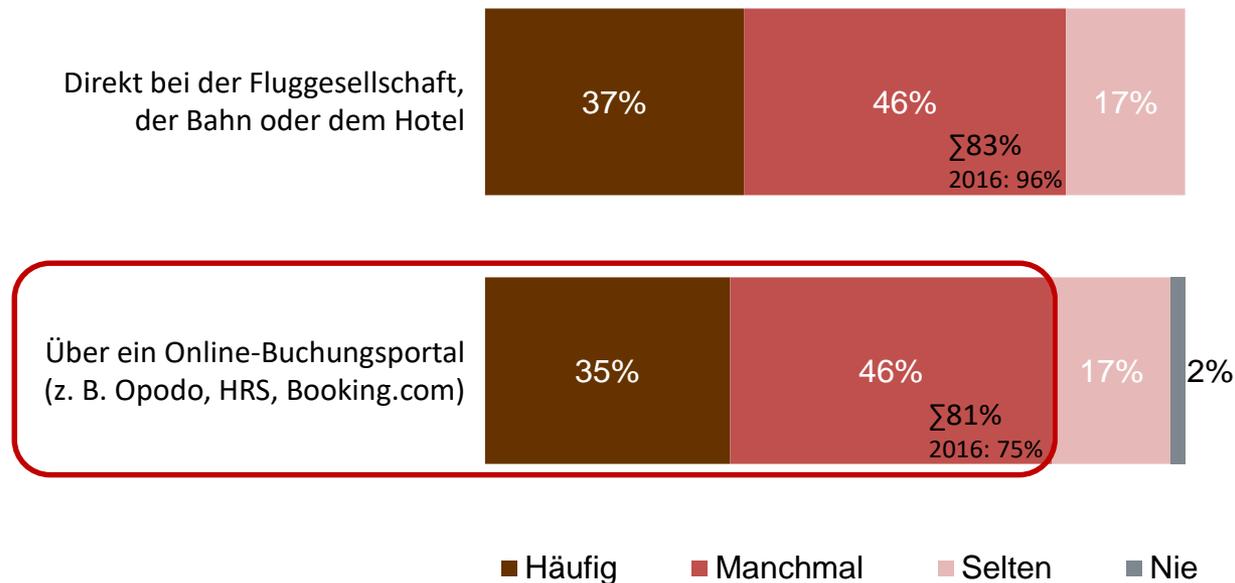


Frage 5: Buchen Sie Ihre Geschäftsreisen zumindest teilweise selbst oder buchen Ihre Mitarbeiter/Kollegen in der Regel für Sie?  
Basis: Befragte, die über ein Geschäftsreisebüro buchen, N = 172 (Einfachnennung)

Frage 6: Wie buchen Sie Ihre Geschäftsreisen bei Ihrem Geschäftsreisebüro?  
Basis: Befragte, die ihre Geschäftsreisen zumindest teilweise selbst über ein Geschäftsreisebüro buchen, N = 100 (Skala, sortiert nach Top-2: „Häufig“ + „Manchmal“)

## Organisation und Zeitmanagement

Die Bedeutung von Online-Buchungen über ein Buchungsportal hat bei Geschäftsreisenden, die nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, im Vergleich zu 2016 zugenommen.

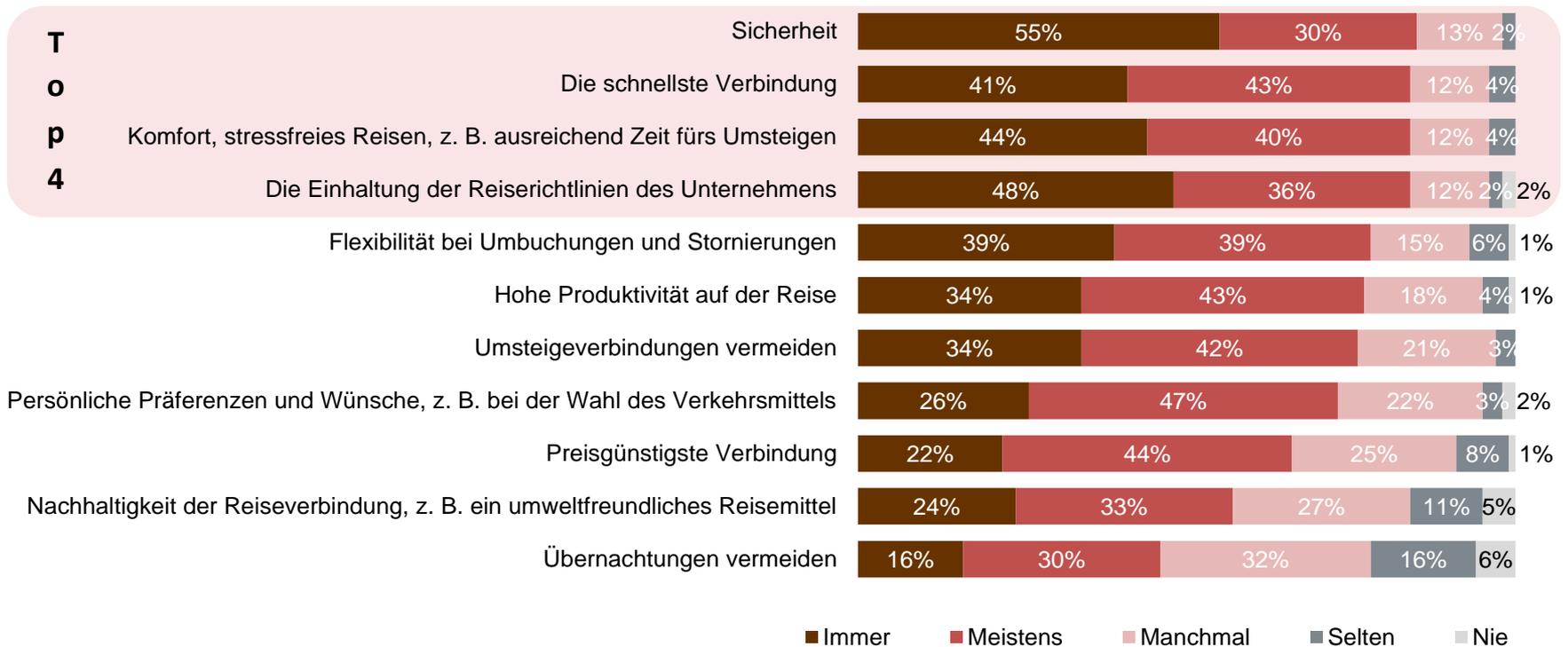


Frage 7: Wie buchen Sie Ihre Geschäftsreisen?

Basis: Befragte, die nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten oder nichts über eine Zusammenarbeit wissen, N = 48 (Skala, sortiert nach Top-2: „Immer“ + „Meistens“)

## Organisation und Zeitmanagement

Bei der Buchung einer Reise kommt es vor allem auf Sicherheit, eine schnelle Verbindung, Komfort und die Einhaltung der unternehmensinternen Reiserichtlinien an.



Frage 8: Worauf achten Sie bei der Buchung einer Geschäftsreise?  
 Basis: Alle Befragten, N = 220 (Skala, sortiert nach Top-2: „Immer“ + „Meistens“)

## Organisation und Zeitmanagement

Für Kunden eines Geschäftsreisebüros sind Sicherheit, schnelle Verbindungen, Komfort und Flexibilität bei Umbuchungen / Stornierungen besonders wichtig.

Top-2: Immer + Meistens	Gesamt	Geschlecht		Alter		Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	172	32
Sicherheit	<b>85%</b>	83%	86%	89%	80%	90%	72%
Die schnellste Verbindung	<b>84%</b>	86%	82%	84%	85%	88%	81%
Komfort, stressfreies Reisen, z. B. ausreichend Zeit fürs Umsteigen	<b>84%</b>	92%	75%	87%	80%	90%	78%
Die Einhaltung der Reiserichtlinien des Unternehmens	<b>84%</b>	83%	85%	87%	80%	87%	81%
Flexibilität bei Umbuchungen und Stornierungen	<b>78%</b>	80%	75%	80%	75%	83%	75%
Hohe Produktivität auf der Reise	<b>77%</b>	84%	71%	75%	80%	83%	75%
Umsteigeverbindungen vermeiden	<b>76%</b>	75%	77%	80%	72%	78%	72%
Persönliche Präferenzen und Wünsche, z. B. bei der Wahl des Verkehrsmittels	<b>73%</b>	80%	67%	72%	75%	77%	78%
Preisgünstigste Verbindung	<b>66%</b>	70%	64%	67%	66%	72%	63%
Nachhaltigkeit der Reiseverbindung, z. B. ein umweltfreundliches Reisemittel	<b>57%</b>	52%	62%	62%	52%	60%	38%
Übernachtungen vermeiden	<b>46%</b>	34%	57%	56%	35%	51%	22%

Frage 8: Worauf achten Sie bei der Buchung einer Geschäftsreise?  
Basis: Alle Befragten, N = 220 (Top-2: „Immer“ + „Meistens“)

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

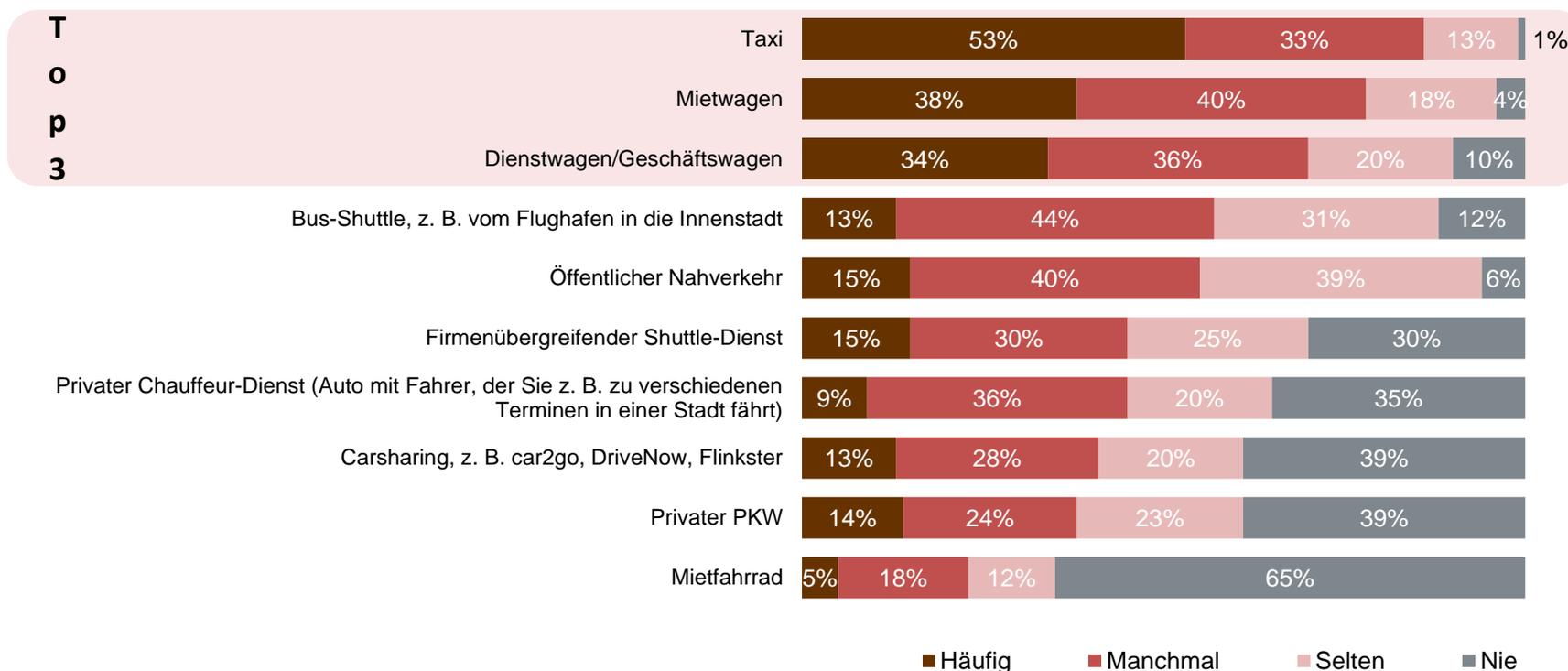
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Mobilitätsmanagement

Die Weiterreise am Zielort erfolgt meist individuell mit Taxi, Miet- oder Dienstwagen und nur seltener mit Sammelbeförderungen wie dem ÖPNV oder einem Bus-Shuttle.



Frage 9: 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 (Skala, sortiert nach Top-2: „Häufig“ + „Manchmal“)

## Mobilitätsmanagement

Männer bevorzugen am Zielort häufiger einen Mietwagen zur Weiterreise, Frauen private Chauffeur-Dienste, Carsharing oder Mietfahrräder.

Top-2: Häufig + Manchmal	Gesamt	Geschlecht		Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Männlich	Weiblich	Fünf bis sechs pro Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20 	95	65	40	172	32
Taxi	<b>86%</b>	87%	85%	80%	88%	85%	88%	89%	88%
Mietwagen	<b>78%</b>	83%	73%	75%	73%	92%	68%	79%	81%
Dienstwagen/Geschäftswagen	<b>70%</b>	68%	72%	55%	68%	75%	73%	71%	72%
Bus-Shuttle, z. B. vom Flughafen in die Innenstadt	<b>57%</b>	57%	57%	50%	51%	66%	63%	54%	63%
Öffentlicher Nahverkehr	<b>55%</b>	59%	51%	55%	66%	37%	58%	53%	63%
Firmenübergreifender Shuttle-Dienst	<b>45%</b>	41%	49%	30%	39%	55%	50%	49%	22%
Privater Chauffeur-Dienst (Auto mit Fahrer, der Sie z. B. zu verschiedenen Terminen in einer Stadt fährt)	<b>45%</b>	35%	55%	20%	38%	54%	58%	47%	19%
Carsharing, z. B. car2go, DriveNow, Flinkster	<b>41%</b>	32%	50%	20%	38%	37%	65%	39%	25%
Privater PKW	<b>38%</b>	38%	37%	35%	37%	26%	60%	33%	47%
Mietfahrrad	<b>22%</b>	17%	27%	15%	18%	15%	48%	20%	9%



 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 9: 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“)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

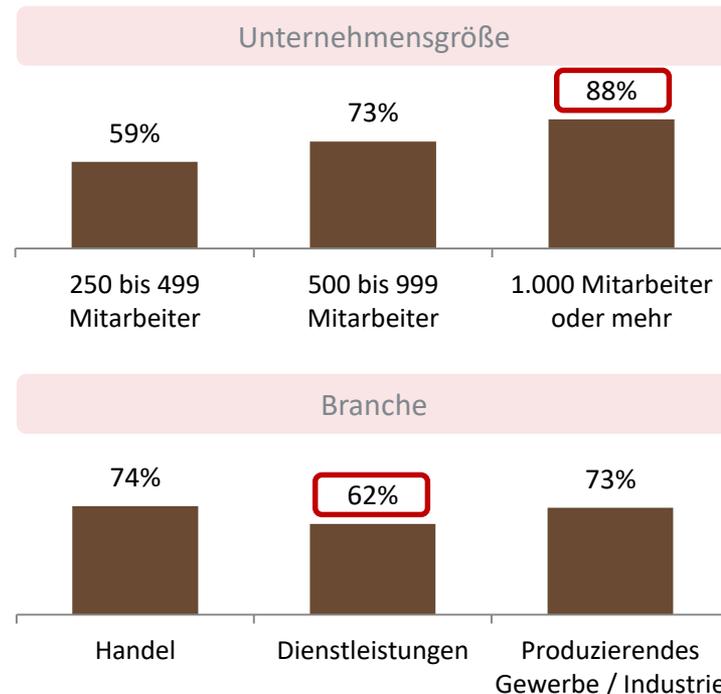
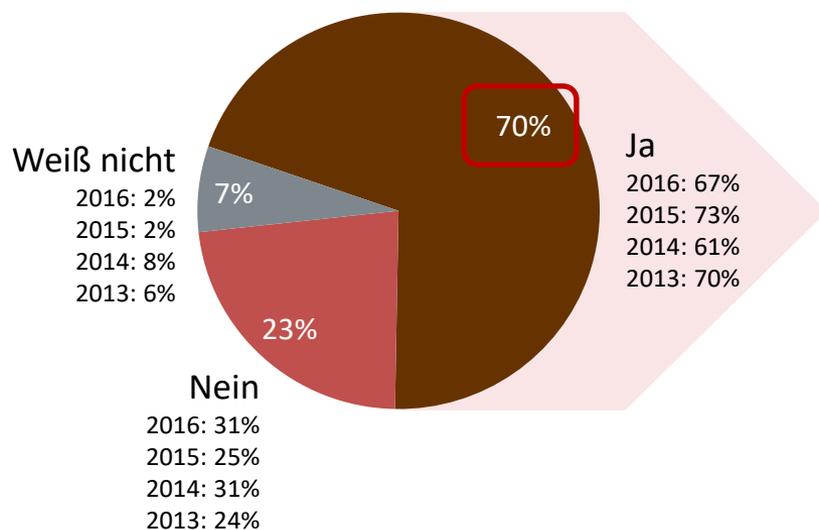
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Risiko- und Informationsmanagement

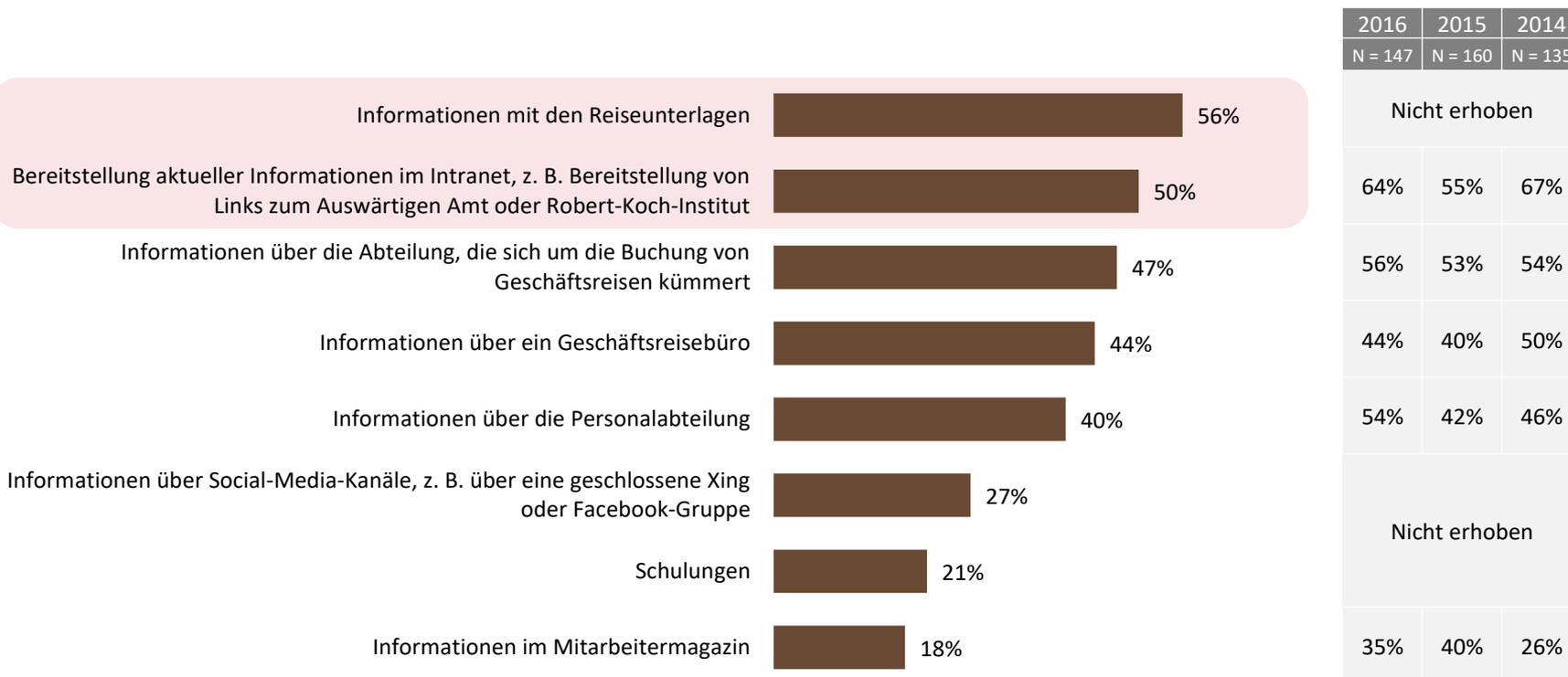
Sieben von zehn Unternehmen unterstützen ihre Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken im Ausland. In großen Unternehmen erfahren fast 90 Prozent der Mitarbeiter Unterstützung, in Dienstleistungsunternehmen nur rund 60 Prozent.



Frage 10: Unterstützt Ihr Unternehmen Sie bei Geschäftsreisen ins Ausland bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?  
Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Informationen über Risiken am Zielort werden primär mit den Reiseunterlagen oder im Intranet zur Verfügung gestellt.



Frage 11: Wie unterstützt Ihr Unternehmen Sie als Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?  
Basis: Befragte, deren Unternehmen Unterstützung anbietet, N = 154 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Kleine Unternehmen unterstützen ihre Reisenden überdurchschnittlich häufig durch Informationen von der zuständigen Abteilung und über Social-Media-Kanäle.

	Gesamt	Unternehmensgröße (Mitarbeiter)			Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		250 bis 499	500 bis 999	1.000 oder mehr	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	154	55	61	38	126	23 
Informationen mit den Reiseunterlagen	56%	56%	59%	50%	59%	39%
Bereitstellung aktueller Informationen im Intranet, z. B. Bereitstellung von Links zum Auswärtigen Amt oder Robert-Koch-Institut	50%	47%	51%	53%	52%	52%
Informationen über die Abteilung, die sich um die Buchung von Geschäftsreisen kümmert	47%	56%	43%	42%	52%	26%
Informationen über ein Geschäftsreisebüro	44%	44%	36%	55%	53%	–
Informationen über die Personalabteilung	40%	44%	34%	42%	44%	13%
Informationen über Social-Media-Kanäle, z. B. über eine geschlossene Xing oder Facebook-Gruppe	27%	40%	21%	16%	28%	17%
Schulungen	21%	22%	25%	16%	22%	22%
Informationen im Mitarbeitermagazin	18%	20%	20%	13%	17%	17%



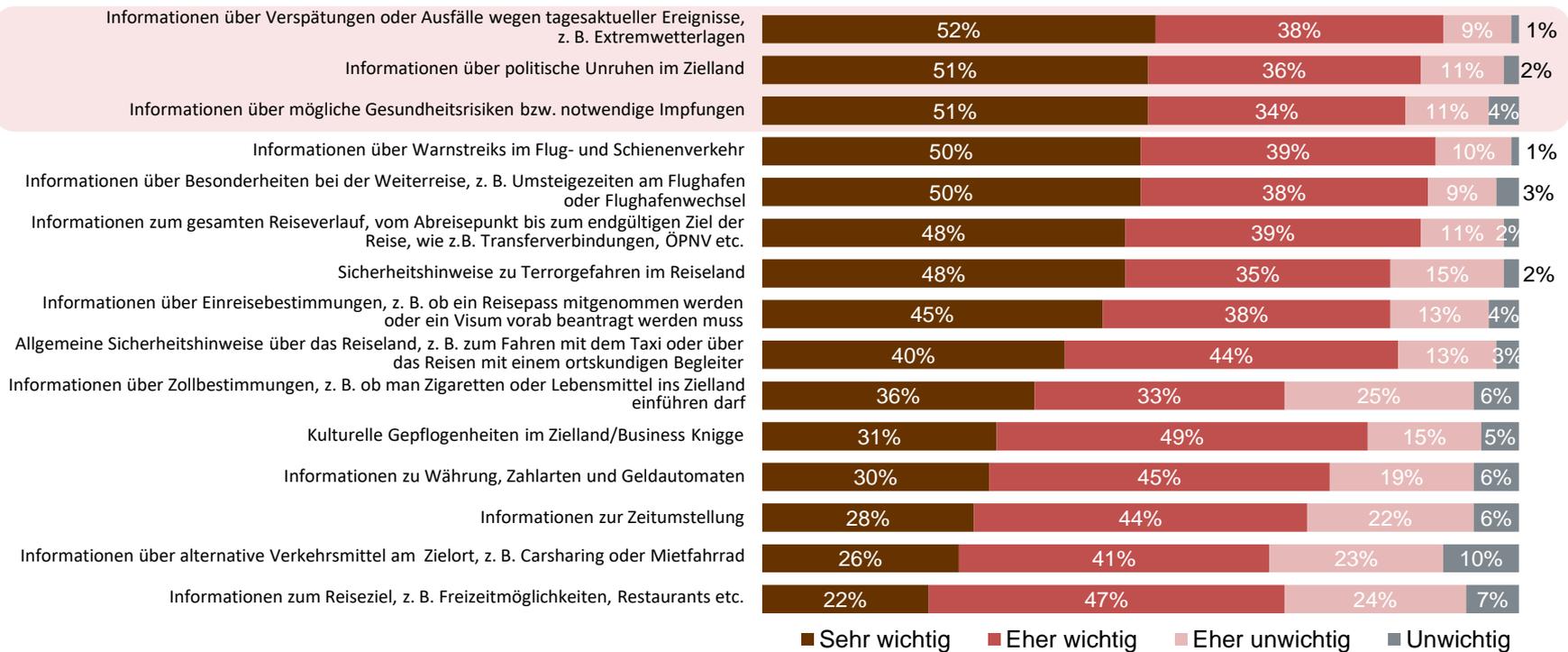
 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 11: Wie unterstützt Ihr Unternehmen Sie als Geschäftsreisenden bei der Suche nach Informationen zu Risiken über den Zielort?  
Basis: Befragte, deren Unternehmen Unterstützung anbietet, N = 154 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Zu den wichtigsten Informationen für die Geschäftsreise zählen Hinweise zu Verspätungen oder Ausfällen sowie Risiken vor Ort wegen Unruhen oder Gefahren für die Gesundheit.



Frage 12: 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: „Sehr wichtig“)

## Risiko- und Informationsmanagement

Frauen legen verstärkt Wert auf Informationen zu kurzfristigen Verspätungen oder Ausfällen wegen tagesaktueller Ereignisse, Männer auf Hinweise zu Einreisebestimmungen im Ausland.

Top: Sehr wichtig /1	Gesamt	Geschlecht		Anzahl Geschäftsreisen			
		Männlich	Weiblich	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20 	95	65	40
Informationen über Verspätungen oder Ausfälle wegen tagesaktueller Ereignisse, z. B. Extremwetterlagen	52%	45%	59%	55%	44%	58%	58%
Informationen über politische Unruhen im Zielland	51%	54%	48%	50%	54%	49%	48%
Informationen über mögliche Gesundheitsrisiken bzw. notwendige Impfungen	51%	53%	49%	50%	46%	57%	53%
Informationen über Warnstreiks im Flug- und Schienenverkehr	50%	51%	50%	70%	47%	52%	45%
Informationen über Besonderheiten bei der Weiterreise, z. B. Umsteigezeiten am Flughafen oder Flughafenwechsel	50%	48%	52%	45%	42%	62%	53%
Informationen zum gesamten Reiseverlauf, vom Abreisepunkt bis zum endgültigen Ziel der Reise wie z.B. Transferverbindungen, ÖPNV etc.	48%	46%	49%	45%	47%	52%	43%
Sicherheitshinweise zu Terrorgefahren im Reiseland	48%	50%	46%	50%	49%	45%	50%
Informationen über Einreisebestimmungen, z. B. ob ein Reisepass mitgenommen werden oder ein Visum vorab beantragt werden muss	45%	50%	40%	55%	41%	48%	45%

Frage 12: 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: „Sehr wichtig“)



Geringe Fallzahl

 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

Für Vielreisende sind Informationen zu finanziellen Fragen, alternative Verkehrsmittel und zum Reiseziel überdurchschnittlich wichtig.

Top: Sehr wichtig /2	Gesamt	Geschlecht		Anzahl Geschäftsreisen			
		Männlich	Weiblich	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20	95	65	40
Allgemeine Sicherheitshinweise über das Reiseland, z. B. zum Fahren mit dem Taxi oder über das Reisen mit einem ortskundigen Begleiter	<b>40%</b>	36%	43%	25%	41%	46%	33%
Informationen über Zollbestimmungen, z. B. ob man Zigaretten oder Lebensmittel ins Zielland einführen darf	<b>36%</b>	36%	35%	45%	32%	42%	33%
Kulturelle Gepflogenheiten im Zielland / Business Knigge	<b>31%</b>	28%	34%	30%	27%	34%	35%
Informationen zu Währung, Zahlarten und Geldautomaten	<b>30%</b>	32%	28%	5%	32%	32%	35%
Informationen zur Zeitumstellung	<b>28%</b>	27%	28%	15%	26%	34%	28%
Informationen über alternative Verkehrsmittel am Zielort, z. B. Carsharing oder Mietfahrrad	<b>26%</b>	16%	35%	5%	21%	35%	30%
Informationen zum Reiseziel, z. B. Freizeitmöglichkeiten, Restaurants etc.	<b>22%</b>	21%	24%	20%	19%	23%	30%

Frage 12: 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: „Sehr wichtig“)



5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

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



Frage 16: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Unternehmen vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt?  
Basis: Alle Befragten N = 220 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Geschäftsreisebüros informieren ihre Kunden primär über Einreisebestimmungen und mögliche Gesundheitsrisiken.

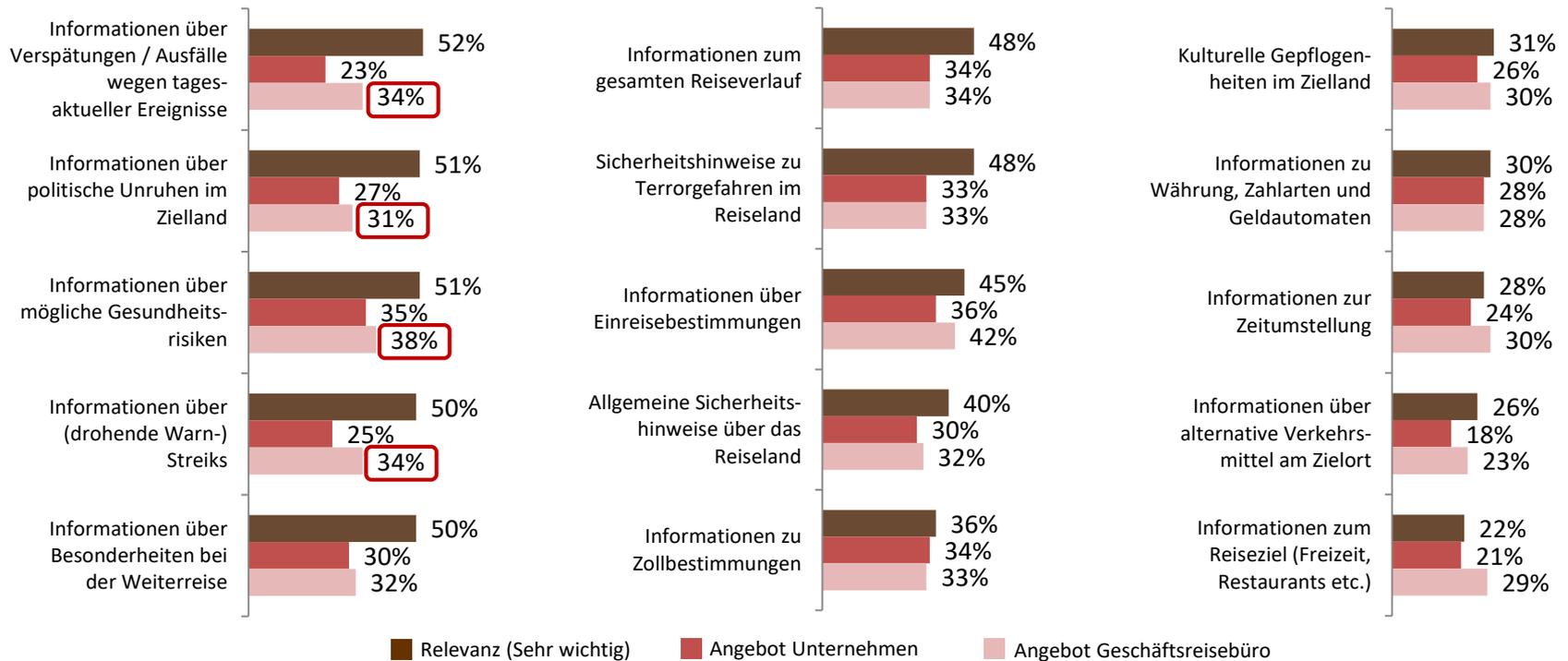


Frage 17: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Geschäftsreisebüro vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt?

Basis: Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 172 (Mehrfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

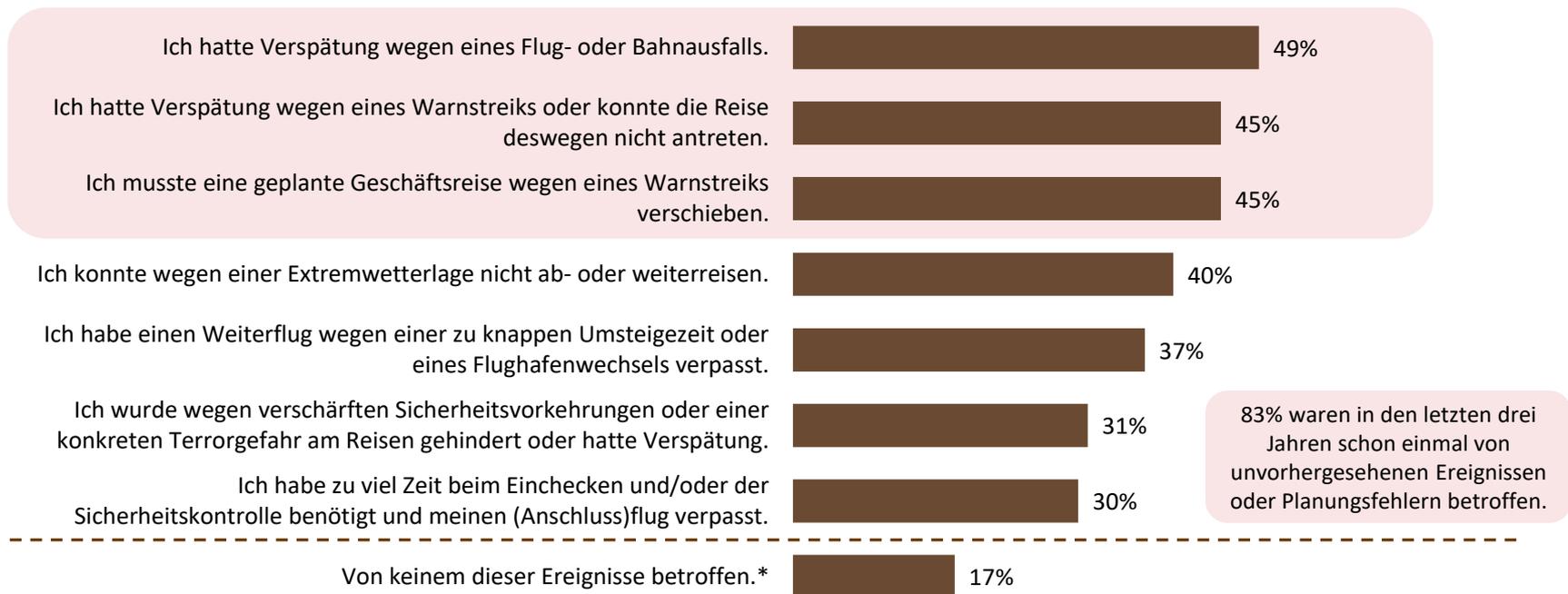
Die wichtigsten Informationen werden in der Regel eher von einem Geschäftsreisebüro zur Verfügung gestellt.



Frage 12: 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 16: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Unternehmen vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt? Basis: Alle Befragten, N = 220 / Frage 17: Welche Informationen werden Ihnen von Ihrem Geschäftsreisebüro vorab zur Geschäftsreise zur Verfügung gestellt? Befragte, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, N = 172

## Risiko- und Informationsmanagement

Ausfälle von Flugzeug und Bahn sowie Streiks sind die Hauptgründe für unvorhergesehene Unterbrechungen oder Verschiebungen von Reisen.

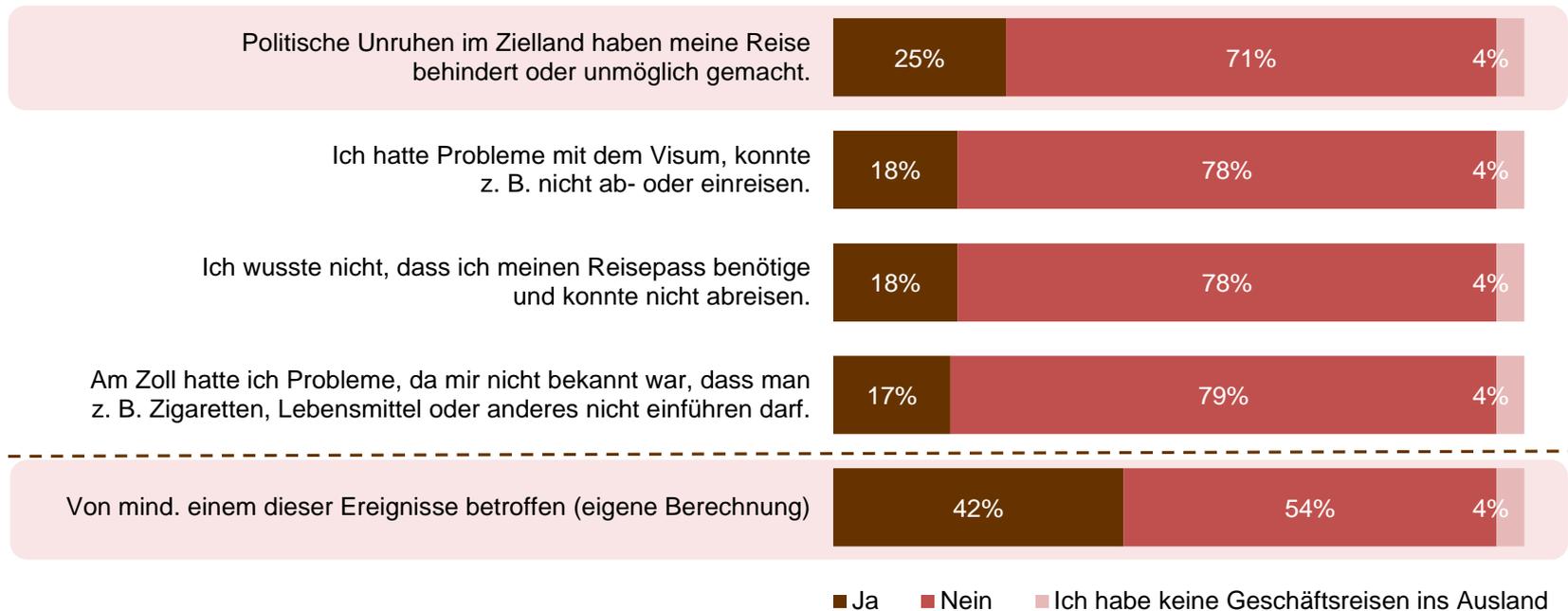


Frage 13A: Manche Geschäftsreisen werden durch unvorhergesehene Ereignisse oder Planungsfehler unterbrochen oder sogar unmöglich gemacht. Von welchen der folgenden Dinge waren Sie schon einmal bei Ihren Geschäftsreisen in den letzten drei Jahren betroffen?

Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala „Ja“ / „Nein“, dargestellt: „Ja“; \* = alle Teilfragen mit „nein“ beantwortet)

## Risiko- und Informationsmanagement

Mehr als vier von zehn Geschäftsreisende hatten bei Reisen ins Ausland schon Schwierigkeiten, primär wegen politischer Unruhen im Zielland.



Frage 13B: 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

Vor allem Frauen und Vielreisende berichten von Behinderungen und Unterbrechungen bei Auslandsreisen.

Top: Ja	Gesamt	Geschlecht		Anzahl Geschäftsreisen			
		Männlich	Weiblich	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20	95	65	40
Politische Unruhen im Zielland haben meine Reise behindert oder unmöglich gemacht.	<b>25%</b>	23%	27%	10%	24%	31%	25%
Ich hatte Probleme mit dem Visum, konnte z. B. nicht ab- oder einreisen.	<b>18%</b>	7%	28%	10%	12%	18%	35%
Ich wusste nicht, dass ich meinen Reisepass benötige, und konnte nicht abreisen.	<b>18%</b>	11%	25%	5%	17%	17%	28%
Am Zoll hatte ich Probleme, da mir nicht bekannt war, dass man z. B. Zigaretten, Lebensmittel oder anderes nicht einführen darf.	<b>17%</b>	15%	18%	10%	17%	12%	28%
Von mind. einem dieser Ereignisse betroffen (eigene Berechnung).	<b>42%</b>	32%	52%	20%	38%	45%	58%



5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

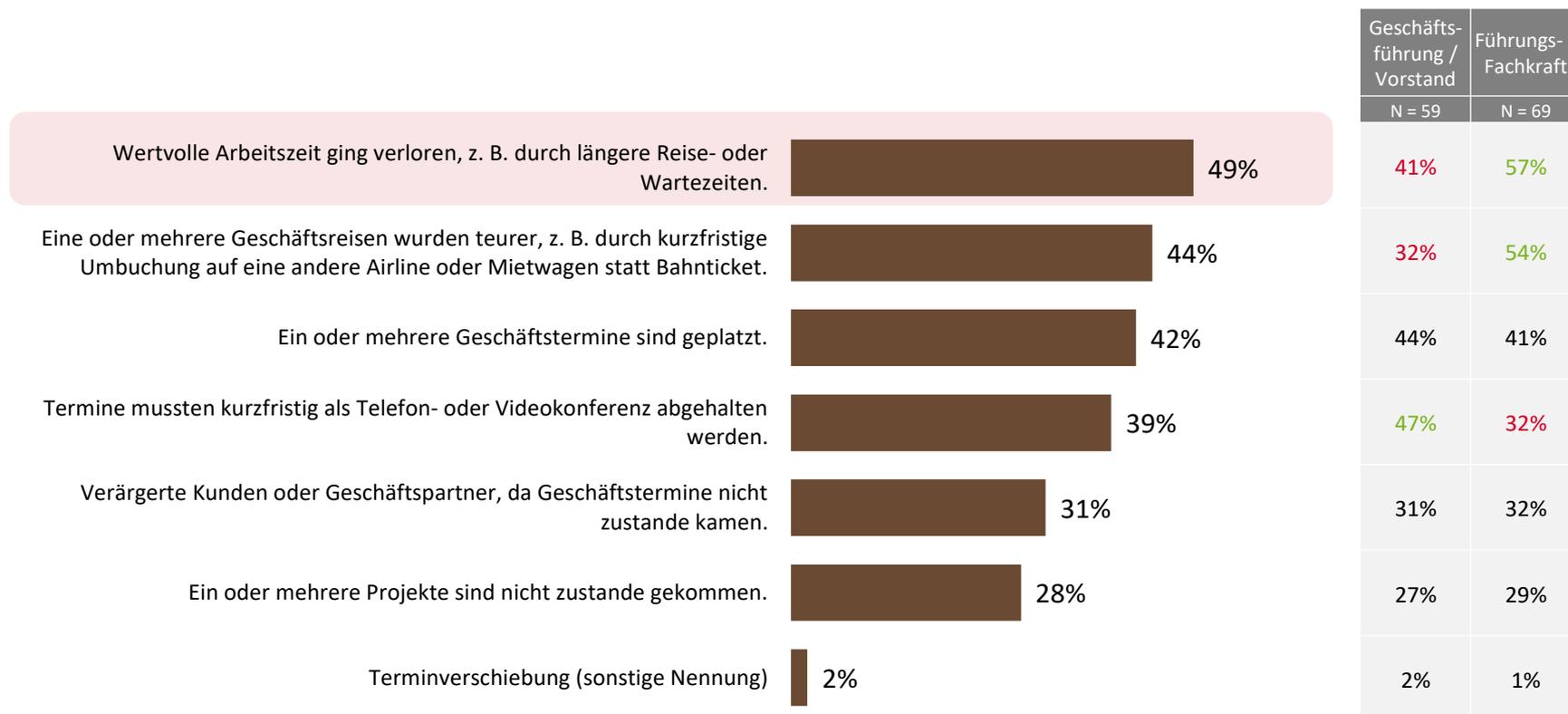
5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 13B: 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

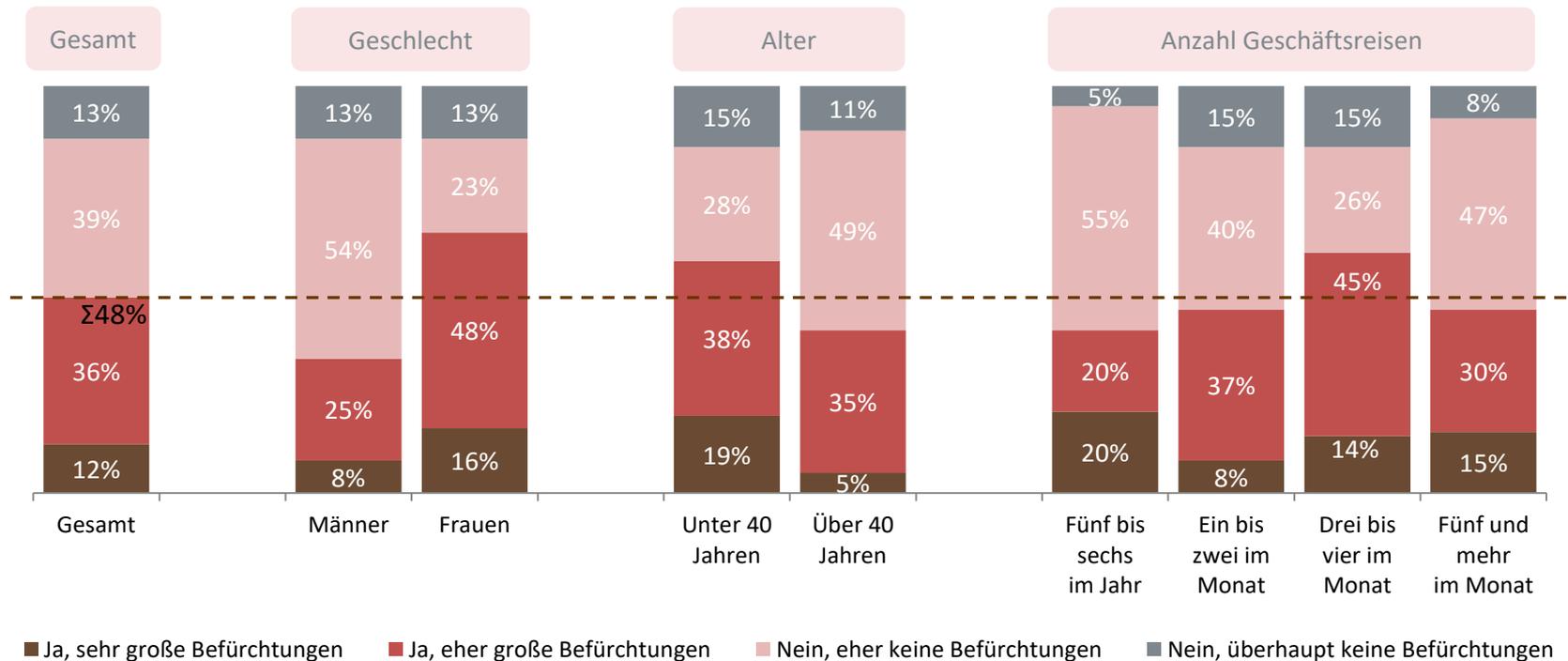
Fast die Hälfte aller von Warnstreiks Betroffener hat durch die Streiks wertvolle Arbeitszeit verloren.



Frage 14: Kommen wir noch einmal auf das Thema Warnstreiks, z. B. im Flug- oder Schienenverkehr, zurück. Von welchen Auswirkungen waren Sie in den letzten drei Jahren betroffen?  
Basis: Von Warnstreiks Betroffene, N = 128 (Mehrfachnennung) **Rote Schrift:** 5 Prozentpunkte und mehr unter / **grüne Schrift:** 5 Prozentpunkte und mehr über dem Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

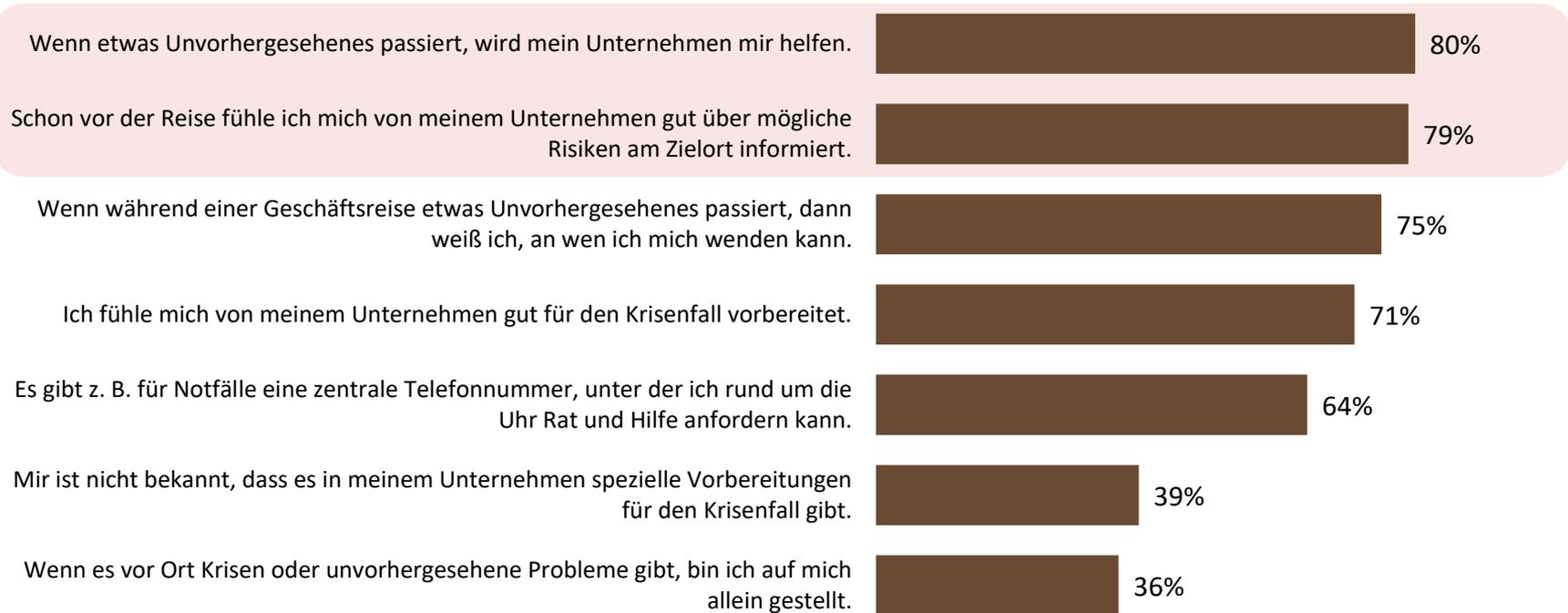
Nahezu jeder zweite Geschäftsreisende fühlt sich wegen möglicher Terroranschläge bei Reisen unsicher. Frauen und Jüngere haben überdurchschnittlich häufig Sicherheitsbedenken.



Frage 15: In den letzten Monaten gab es eine Vielzahl schlimmer Terroranschläge. Haben Sie deswegen Befürchtungen in Bezug auf Ihre eigene Sicherheit, wenn Sie auf Geschäftsreise gehen?  
Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Acht von zehn Reisenden fühlen sich schon vor der Reise von ihrem Unternehmen gut über mögliche Risiken am Zielort informiert und gehen davon aus, dass das Unternehmen im Falle unvorhergesehener Ereignisse helfen wird.



Frage 18: 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

Vor allem Vielreisende und Nichtkunden eines Geschäftsreisebüros wissen nicht, ob ihr Unternehmen Vorkehrungen für einen Krisenfall getroffen hat. Sie rechnen zudem häufiger damit, im Ernstfall auf sich allein gestellt zu sein.

Trifft zu	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	20 	95	65	40	172	32
Wenn etwas Unvorhergesehenes passiert, wird mein Unternehmen mir helfen.	<b>80%</b>	90%	75%	89%	75%	82%	91%
Schon vor der Reise fühle ich mich von meinem Unternehmen gut über mögliche Risiken am Zielort informiert.	<b>79%</b>	85%	72%	88%	80%	81%	72%
Wenn während einer Geschäftsreise etwas Unvorhergesehenes passiert, dann weiß ich, an wen ich mich wenden kann.	<b>75%</b>	80%	69%	88%	68%	76%	78%
Ich fühle mich von meinem Unternehmen gut für den Krisenfall vorbereitet.	<b>71%</b>	80%	62%	86%	65%	76%	59%
Es gibt z. B. für Notfälle eine zentrale Telefonnummer, unter der ich rund um die Uhr Rat und Hilfe anfordern kann.	<b>64%</b>	65%	58%	75%	60%	69%	41%
Mir ist nicht bekannt, dass es in meinem Unternehmen spezielle Vorbereitungen für den Krisenfall gibt.	<b>39%</b>	30%	43%	28%	50%	35%	53%
Wenn es vor Ort Krisen oder unvorhergesehene Probleme gibt, bin ich auf mich allein gestellt.	<b>36%</b>	40%	32%	29%	55%	30%	59%

Frage 18: Bitte geben Sie an, welche der Aussagen auf Ihr Unternehmen zutrifft.  
Basis: alle Befragten, N = 220 (Skala „Trifft zu“ / „Trifft nicht zu“)

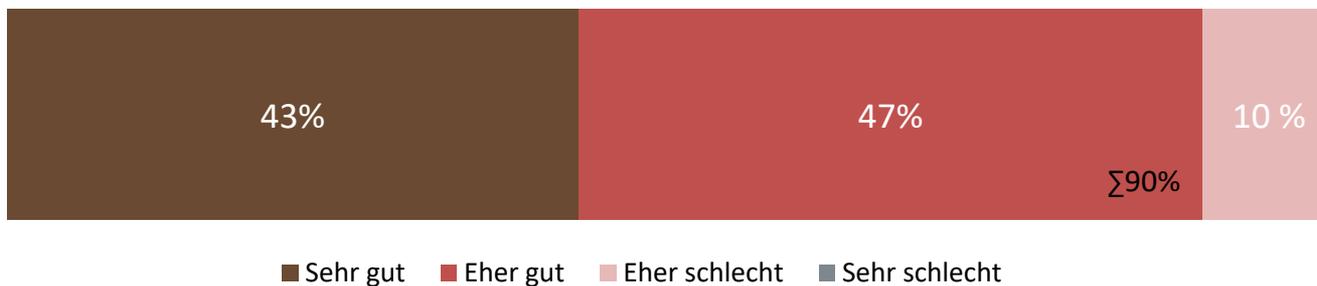


 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

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



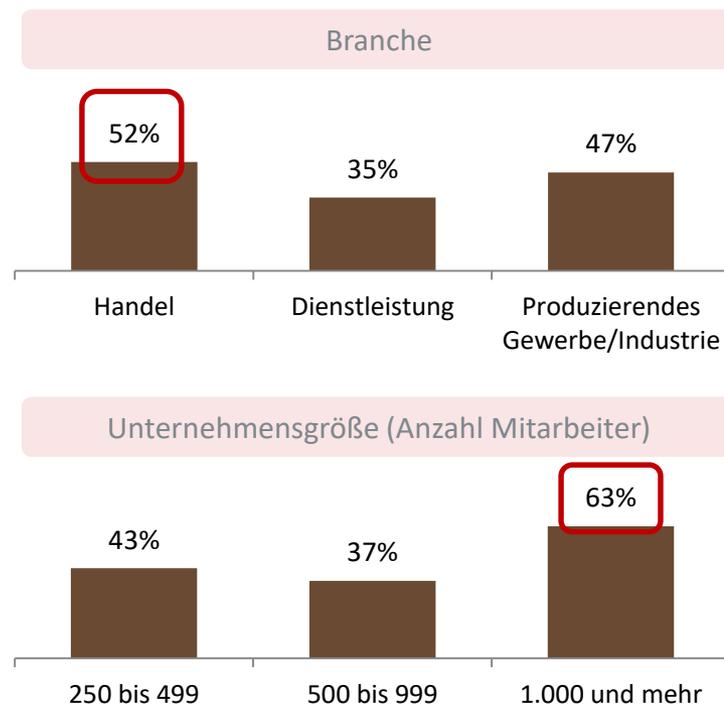
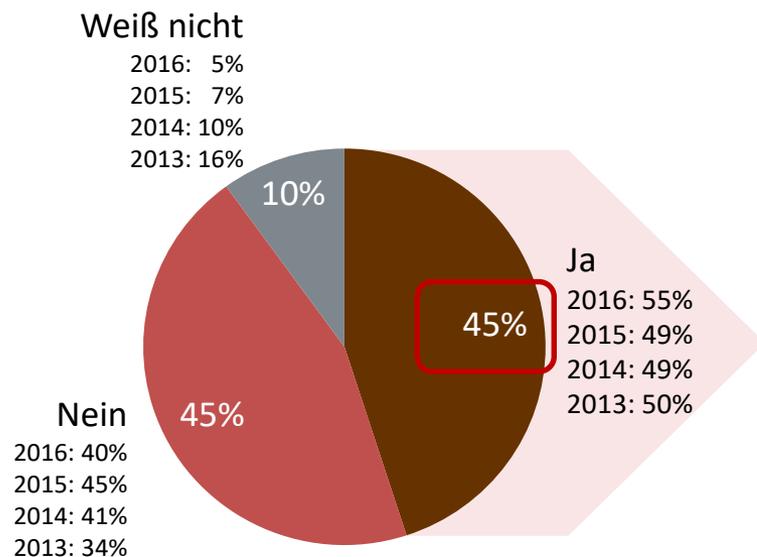
2016: Sehr gut 49%, Eher gut 43%, Eher schlecht 8%, Sehr schlecht 0%  
2015: Sehr gut 36%, Eher gut 59%, Eher schlecht 5%, Sehr schlecht 0%  
2014: Sehr gut 38%, Eher gut 57%, Eher schlecht 5%, Sehr schlecht 0%  
2013: Sehr gut 39%, Eher gut 54%, Eher schlecht 7%, Sehr schlecht 0%

Frage 19: Und wie fühlen Sie sich generell durch Ihr Unternehmen in puncto Geschäftsreisen unterstützt?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

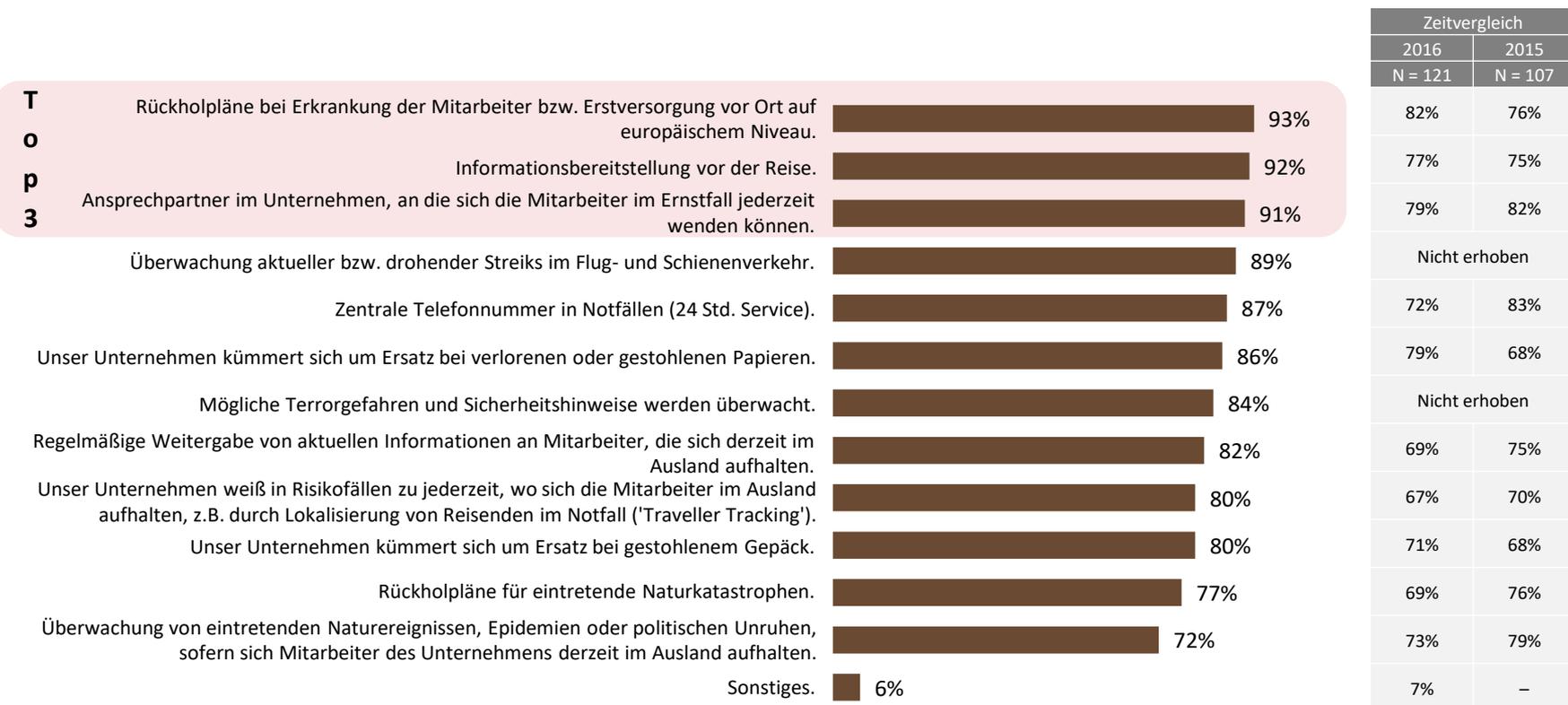
Knapp die Hälfte der Unternehmen hat ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen, überdurchschnittlich oft im Handel und in großen Unternehmen.



Frage 20: 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 (Einfachnennung)

## Risiko- und Informationsmanagement

Die drei wichtigsten Maßnahmen des Risikomanagements: Rückholpläne bei Erkrankung, Informationen vor der Reise und ein jederzeit verfügbarer Ansprechpartner für die Mitarbeiter.



Frage 21: Welche Maßnahmen in puncto Risikomanagement gibt es in Ihrem Unternehmen?

Basis: Befragte, in deren Unternehmen es ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen gibt, N = 98 (Skala „Ja“ / „Nein“, dargestellt: „Ja“)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

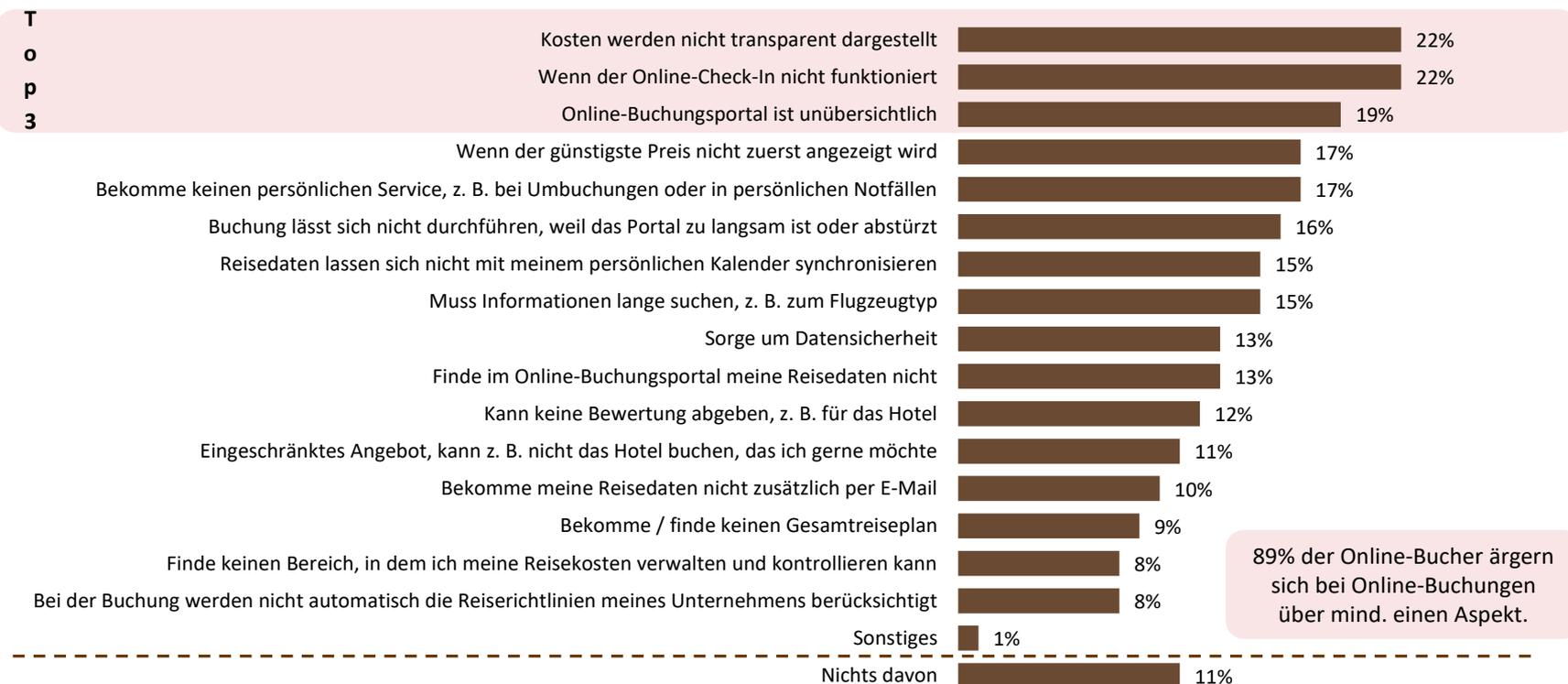
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Auswirkungen der Digitalisierung

Online-Bucher ärgern sich am meisten über intransparente Kostendarstellungen, nicht funktionierenden Online-Check-In und ein unübersichtliches Online-Buchungsportal.



Frage 22: Welche drei Aspekte ärgern Sie bei Online-Buchungen am meisten?  
Basis: Online-Bucher, N = 130 (Mehrfachnennung, max. drei Nennungen)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsreisebürokunden ärgern sich häufiger über nicht auffindbare Reisedaten im Buchungsportal.

	Gesamt	Unternehmensgröße (Mitarbeiter)			Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		250 bis 499	500 bis 999	1.000 oder mehr	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	130	34	66	30	91	26 
Kosten werden nicht transparent dargestellt	22%	24%	21%	20%	19%	35%
Wenn der Online-Check-In nicht funktioniert	22%	15%	26%	20%	22%	27%
Online-Buchungsportal ist unübersichtlich	19%	24%	18%	17%	16%	31%
Wenn der günstigste Preis nicht zuerst angezeigt wird	17%	15%	17%	20%	15%	19%
Bekomme keinen persönlichen Service, z. B. bei Umbuchungen oder in persönlichen Notfällen	17%	3%	17%	33%	18%	19%
Buchung lässt sich nicht durchführen, weil das Portal zu langsam ist oder abstürzt	16%	9%	17%	23%	19%	12%
Reisedaten lassen sich nicht mit meinem persönlichen Kalender synchronisieren	15%	15%	12%	23%	18%	8%
Muss Informationen lange suchen, z. B. zum Flugzeugtyp	15%	9%	17%	20%	14%	27%
Sorge um Datensicherheit	13%	12%	11%	20%	15%	8%
Finde im Online-Buchungsportal meine Reisedaten nicht	13%	12%	12%	17%	18%	4%
Kann keine Bewertung abgeben, z. B. für das Hotel	12%	12%	14%	7%	14%	–
Eingeschränktes Angebot, kann z. B. nicht das Hotel buchen, das ich gerne möchte	11%	6%	9%	20%	12%	8%
Bekomme meine Reisedaten nicht zusätzlich per E-Mail	10%	15%	11%	3%	8%	15%
Bekomme / finde keinen Gesamtreiseplan	9%	6%	12%	7%	9%	12%
Finde keinen Bereich, in dem ich meine Reisekosten verwalten und kontrollieren kann	8%	3%	14%	3%	9%	8%
Bei der Buchung werden nicht automatisch die Reiserichtlinien meines Unternehmens berücksichtigt	8%	9%	11%	–	7%	4%
Sonstiges	1%	3%	–	–	–	4%
Nichts davon	11%	24%	6%	7%	10%	15%

Frage 22: Welche drei Aspekte ärgern Sie bei Online-Buchungen am meisten?  
Basis: Online-Bucher, N = 130 (Mehrfachnennung, max. drei Nennungen)

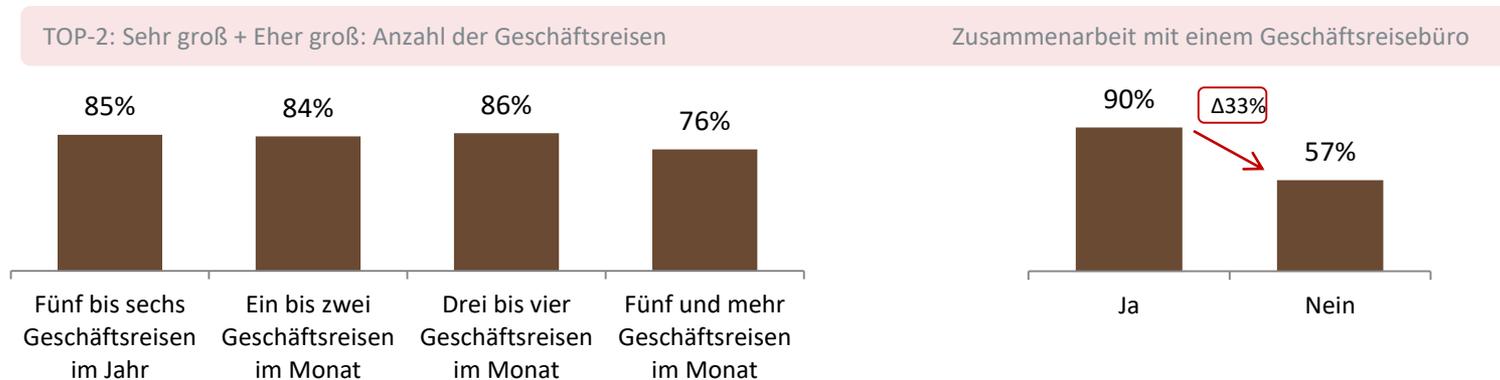
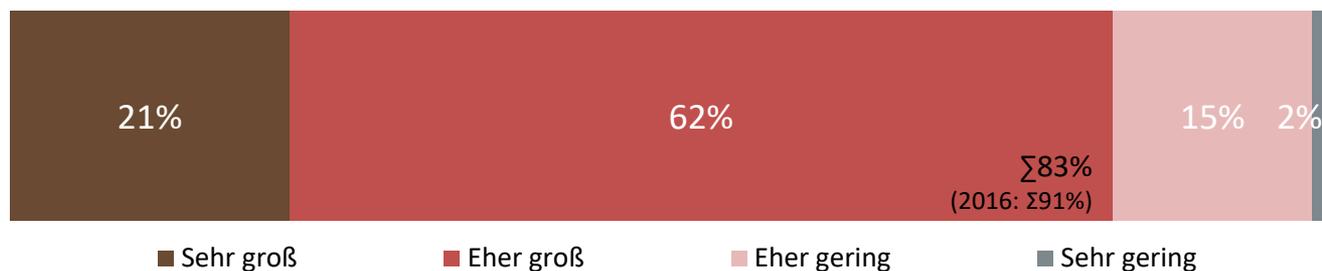


 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Auswirkungen der Digitalisierung

Über 80 Prozent der Geschäftsreisenden haben großes Vertrauen in die Sicherheit ihrer Daten bei einer Online-Buchung, vor allem bei Buchung über die Plattform des Geschäftsreisebüros.

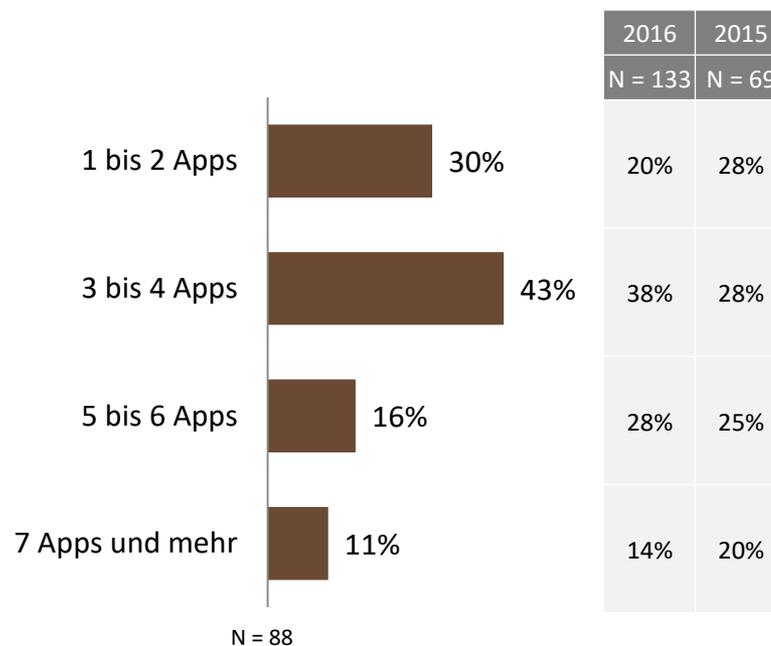
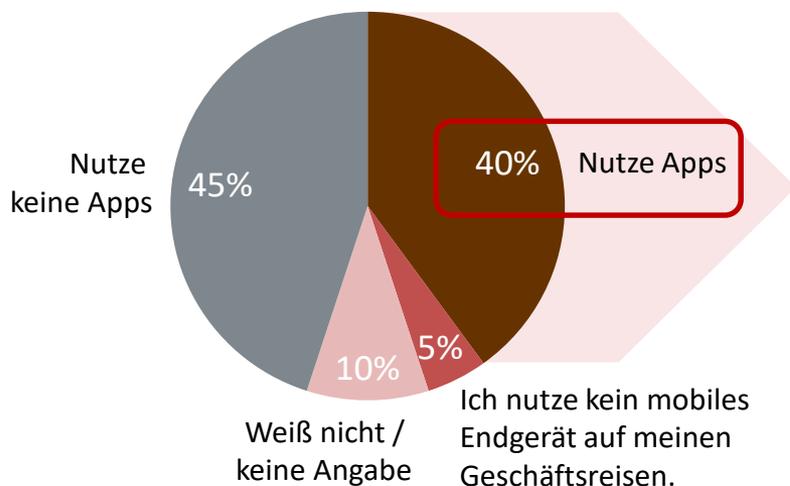


Frage 23: Wenn Sie eine Reise online [...über die Plattform, die das Geschäftsreisebüro zur Verfügung stellt/...über ein Online-Buchungsportal, wie z.B. Opodo] buchen, wie groß ist Ihr Vertrauen, wenn es bei der Buchung um die Sicherheit Ihrer Daten geht?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

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



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

Ø **4,6**

Frage 24: 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

Führungs- und Fachkräfte, Frauen sowie Jüngere haben mehr Apps mit Bezug zu Geschäftsreisen auf ihrem Handy installiert.

	Gesamt	Position		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	110	110
Keine App	45%	57%	33%	55%	36%	35%	54%
Ein bis zwei Apps	12%	11%	13%	12%	12%	10%	14%
Drei bis vier Apps	17%	14%	21%	17%	17%	21%	14%
Fünf bis sechs Apps	6%	4%	8%	5%	7%	9%	4%
Sieben Apps und mehr	5%	4%	5%	3%	6%	5%	4%
Ich nutze kein mobiles Endgerät auf meinen Geschäftsreisen.	5%	3%	8%	3%	8%	7%	4%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	7%	12%	5%	14%	13%	6%
<b>Durchschnitt (bei Verwendung von Apps)</b>	<b>4,6</b>	<b>4,2</b>	<b>5,0</b>	<b>3,3</b>	<b>5,8</b>	<b>5,0</b>	<b>4,2</b>

■ 5 Prozentpunkte / 0,3 und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte / 0,3 und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 24: 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

Kunden von Geschäftsreisebüros und Geschäftsreisende, die häufig unterwegs sind, nutzen mehr Apps für die Planung, Informationssuche oder Durchführung ihrer Reise.

	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	20	95	65	40	172	32
Keine App	45%	40%	54%	40%	35%	47%	44%
Ein bis zwei Apps	12%	20%	8%	17%	8%	12%	13%
Drei bis vier Apps	17%	20%	19%	18%	10%	16%	28%
Fünf bis sechs Apps	6%	5%	4%	8%	10%	7%	6%
Sieben Apps und mehr	5%	10%	3%	3%	8%	6%	–
Ich nutze kein mobiles Endgerät auf meinen Geschäftsreisen.	5%	–	4%	2%	17%	3%	3%
Weiß nicht / keine Angabe	10%	5%	8%	12%	12%	9%	6%
Durchschnitt (bei Verwendung von Apps)	4,6	3,5	4,2	3,7	8,5	5,0	3,2



Geringe Fallzahl



5 Prozentpunkte / 0,3 und mehr unter Gesamtdurchschnitt



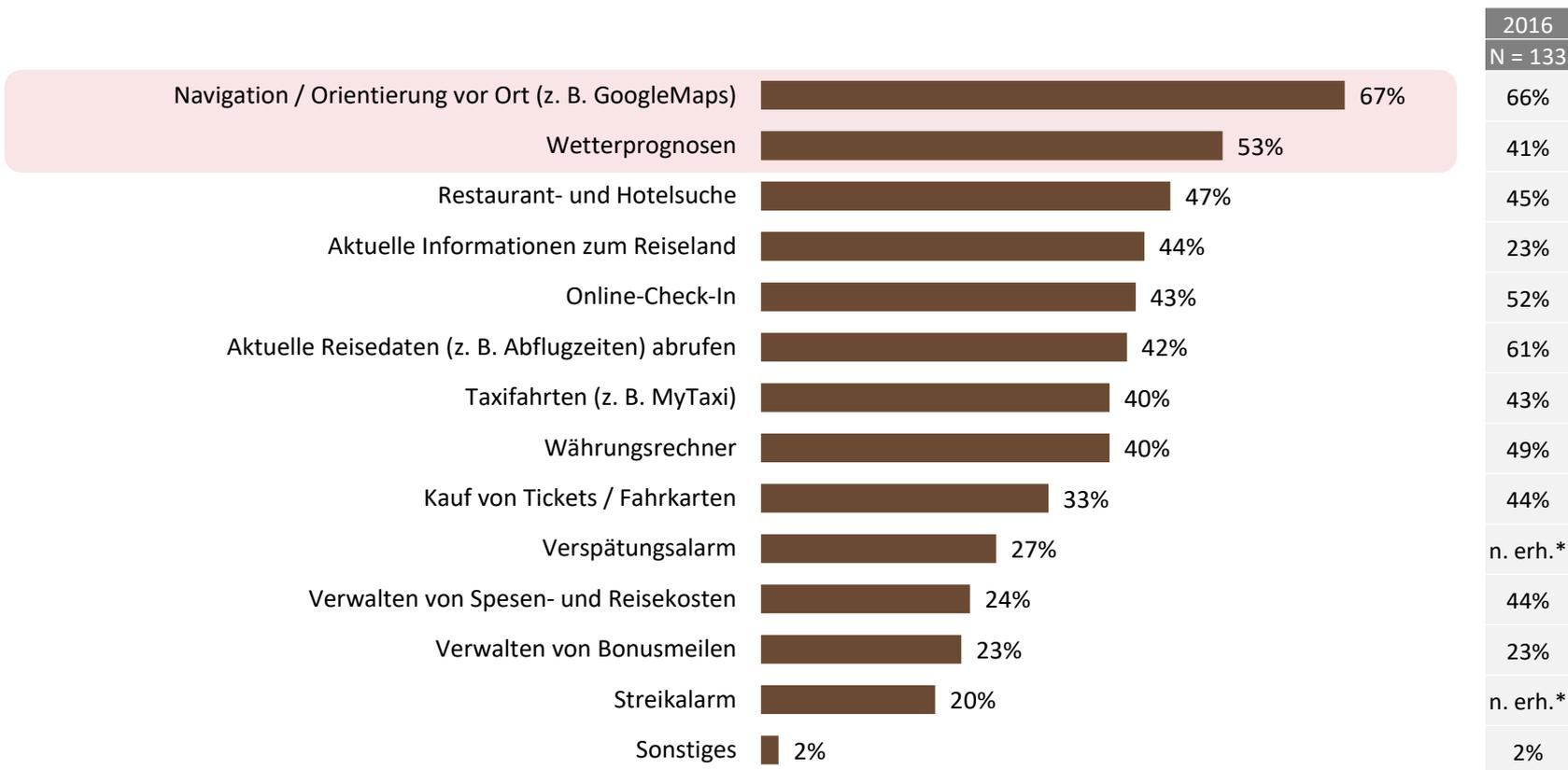
5 Prozentpunkte / 0,3 und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 24: 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 von Wetterprognosen eingesetzt.



Frage 25: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 88 (Mehrfachnennung) \* n. erh. = nicht erhoben

## Auswirkungen der Digitalisierung

Männer nutzen Apps überdurchschnittlich häufig für einen Online-Check-In, Frauen für Taxifahrten.

	Gesamt	Position		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	88	36	52	41	47	49	39
Navigation / Orientierung vor Ort (z. B. GoogleMaps)	67%	61%	71%	61%	72%	71%	62%
Wetterprognosen	53%	42%	62%	49%	57%	53%	54%
Restaurant- und Hotelsuche	47%	39%	52%	39%	53%	41%	54%
Aktuelle Informationen zum Reiseland	44%	28%	56%	39%	49%	43%	46%
Online-Check-In	43%	33%	50%	49%	38%	43%	44%
Aktuelle Reisedaten (z. B. Abflugzeiten) abrufen	42%	39%	44%	44%	40%	47%	36%
Taxifahrten (z. B. MyTaxi)	40%	33%	44%	20%	57%	43%	36%
Währungsrechner	40%	33%	44%	39%	40%	43%	36%
Kauf von Tickets / Fahrkarten	33%	33%	33%	29%	36%	35%	31%
Verspätungsalarm	27%	31%	25%	27%	28%	24%	31%
Verwalten von Spesen- und Reisekosten	24%	25%	23%	22%	26%	27%	21%
Verwalten von Bonusmeilen	23%	22%	23%	20%	26%	22%	23%
Streikalarm	20%	22%	19%	20%	21%	29%	10%
Sonstiges	2%	6%	–	–	4%	2%	3%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 25: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 88 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Geschäftsreisende, die mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, nutzen vergleichsweise häufig Apps für Taxifahrten.

	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	88	11	33	30	14	71	15
Navigation / Orientierung vor Ort (z. B. GoogleMaps)	67%	36%	73%	70%	71%	69%	60%
Wetterprognosen	53%	55%	61%	50%	43%	55%	47%
Restaurant- und Hotelsuche	47%	55%	58%	37%	36%	46%	47%
Aktuelle Informationen zum Reiseland	44%	27%	48%	40%	57%	44%	47%
Online-Check-In	43%	27%	45%	37%	64%	45%	40%
Aktuelle Reisedaten (z. B. Abflugzeiten) abrufen	42%	36%	42%	37%	57%	41%	53%
Taxifahrten (z. B. MyTaxi)	40%	36%	42%	47%	21%	46%	13%
Währungsrechner	40%	36%	42%	37%	43%	42%	33%
Kauf von Tickets / Fahrkarten	33%	–	21%	47%	57%	32%	40%
Verspätungsalarm	27%	27%	15%	30%	50%	31%	13%
Verwalten von Spesen- und Reisekosten	24%	18%	18%	20%	50%	27%	13%
Verwalten von Bonusmeilen	23%	9%	27%	13%	43%	25%	13%
Streikalarm	20%	–	24%	20%	29%	24%	7%
Sonstiges	2%	–	–	3%	7%	1%	–



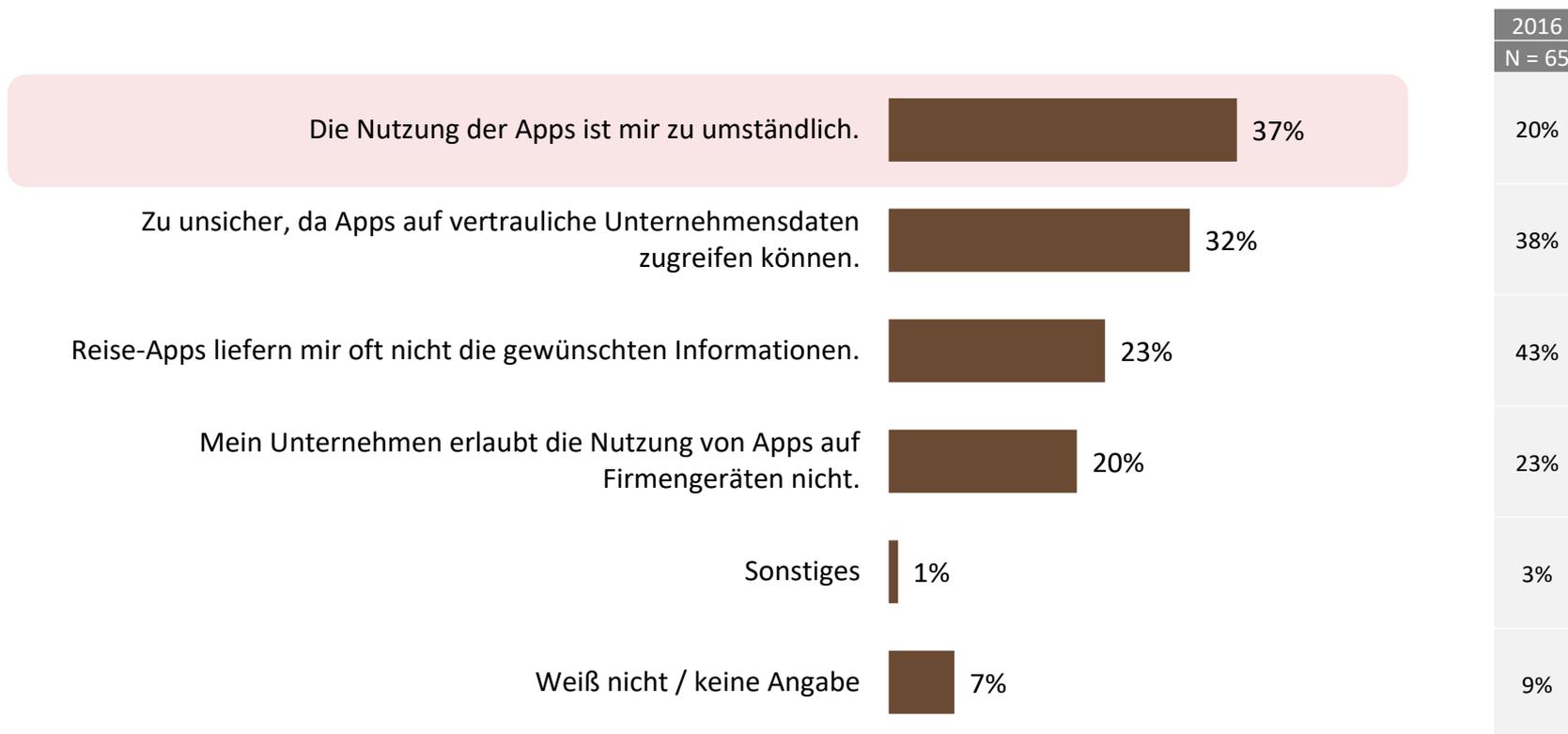
5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 25: Wofür nutzen Sie diese Apps während Ihrer Geschäftsreise?  
Basis: Befragte, die mindestens eine App nutzen, N = 88 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Haupt-Nachteil einer Reise-App aus Sicht der Nichtnutzer: Die Nutzung ist zu umständlich.



Frage 26: Warum nutzen Sie keine Reise-Apps während Ihrer Geschäftsreise?  
Basis: Befragte, die zwar ein mobiles Endgerät, aber keine App nutzen, N = 99 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Männer sind mit Blick auf Reise-Apps stärker um die Sicherheit ihrer Daten besorgt als Frauen.

	Gesamt	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen			
		Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	99	60	39	39	60	8 ⚠	51	26	14 ⚠
Die Nutzung der Apps ist mir zu umständlich.	<b>37%</b>	40%	33%	33%	40%	38%	47%	23%	29%
Zu unsicher, da Apps auf vertrauliche Unternehmensdaten zugreifen können.	<b>32%</b>	37%	26%	28%	35%	38%	29%	35%	36%
Reise-Apps liefern mir oft nicht die gewünschten Informationen.	<b>23%</b>	18%	31%	26%	22%	38%	25%	15%	21%
Mein Unternehmen erlaubt die Nutzung von Apps auf Firmengeräten nicht.	<b>20%</b>	25%	13%	21%	20%	13%	18%	27%	21%
Sonstiges	<b>1%</b>	2%	–	–	2%	–	2%	–	–
Weiß nicht / keine Angabe	<b>7%</b>	5%	10%	8%	7%	–	6%	8%	14%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

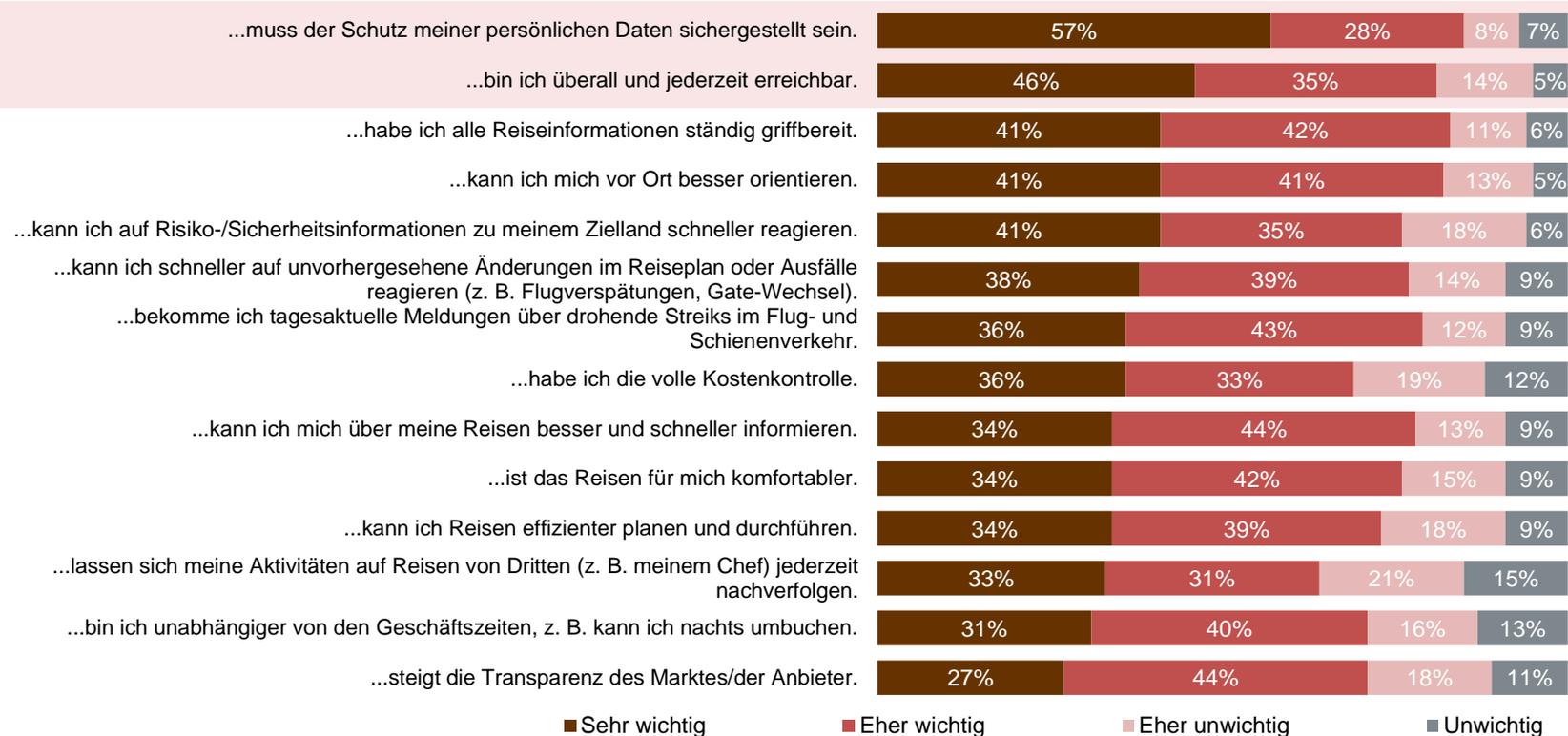
■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 26: Warum nutzen Sie keine Reise-Apps während Ihrer Geschäftsreise?

Basis: Befragte, die zwar ein mobiles Endgerät, aber keine App nutzen, N = 99 (Mehrfachnennung)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Die wichtigsten Aspekte bei der Nutzung von mobilen Endgeräten, Services und Apps auf Geschäftsreisen: Datenschutz und gute Erreichbarkeit.



Frage 27: 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: „Sehr wichtig“)

## Auswirkungen der Digitalisierung

Komfort und Unabhängigkeit von Geschäftszeiten sind für Vielreisende überdurchschnittlich wichtige Argumente für die Verwendung von mobilen Geräten und Apps auf Geschäftsreisen.

Top: Sehr wichtig	2016	2017				
		Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen			
			Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	220	20	95	65	40
...muss der Schutz meiner persönlichen Daten sichergestellt sein.	55%	<b>57%</b>	75%	49%	60%	60%
...bin ich überall und jederzeit erreichbar.	47%	<b>46%</b>	35%	48%	51%	40%
...habe ich alle Reiseinformationen ständig griffbereit.	47%	<b>41%</b>	40%	38%	45%	43%
...kann ich mich vor Ort besser orientieren.	43%	<b>41%</b>	40%	41%	43%	38%
...kann ich auf Risiko-/Sicherheitsinformationen zu meinem Zielland schneller reagieren.	45%	<b>41%</b>	50%	37%	48%	38%
...kann ich schneller auf unvorhergesehene Änderungen im Reiseplan oder Ausfälle reagieren (z. B. Flugverspätungen, Gate-Wechsel).	51%	<b>38%</b>	30%	31%	51%	40%
...bekomme ich tagesaktuelle Meldungen über drohende Streiks im Flug- und Schienenverkehr.	nicht erhoben	<b>36%</b>	40%	34%	37%	38%
...habe ich die volle Kostenkontrolle.	39%	<b>36%</b>	35%	31%	43%	40%
...kann ich mich über meine Reisen besser und schneller informieren.	46%	<b>34%</b>	25%	31%	42%	33%
...ist das Reisen für mich komfortabler.	46%	<b>34%</b>	25%	31%	38%	43%
...kann ich Reisen effizienter planen und durchführen.	45%	<b>34%</b>	40%	28%	38%	38%
...lassen sich meine Aktivitäten auf Reisen von Dritten (z. B. meinem Chef) jederzeit nachverfolgen.	34%	<b>33%</b>	20%	32%	38%	35%
...bin ich unabhängiger von den Geschäftszeiten, z. B. kann ich nachts umbuchen.	46%	<b>31%</b>	30%	23%	35%	43%
...steigt die Transparenz des Marktes/der Anbieter.	41%	<b>27%</b>	30%	22%	28%	35%

Frage 27: 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: „Sehr wichtig“)

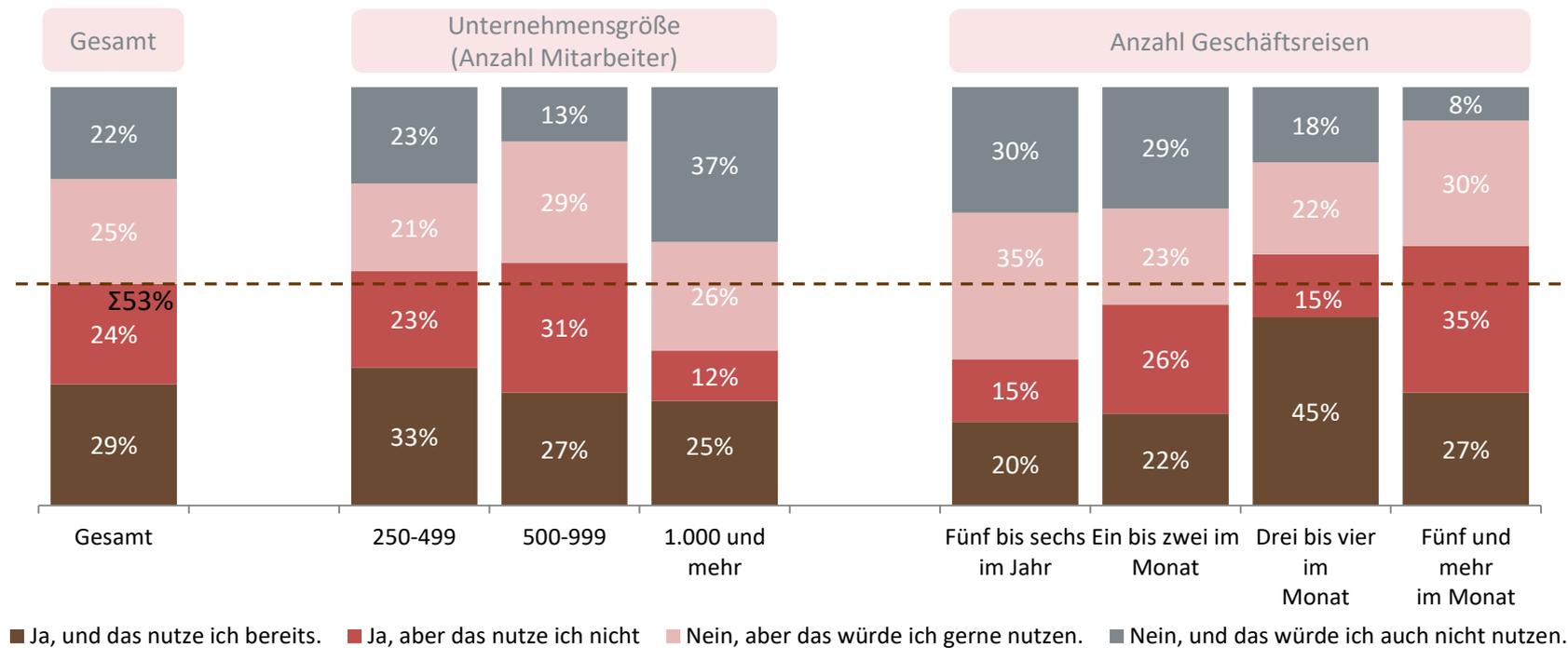


5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Risiko- und Informationsmanagement

Mobile Payment über eine Firmenkreditkarte wird in über der Hälfte der Unternehmen angeboten, aber nur von gut der Hälfte derer, die es nutzen könnten, auch eingesetzt.



Frage 28: Mobile-Payment beschreibt die Möglichkeit, mit einem mobilen Endgerät wie Smartphone oder Tablet ohne Bargeld quasi im Vorbeigehen zu bezahlen. Bietet Ihr Unternehmen an, dass Sie über die Firmenkreditkarte per Mobile-Payment bezahlen können und die Buchung Ihrer Geschäftsreise so automatisch in die Reiskostenabrechnung einfließt?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (Einfachnennung)

## 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

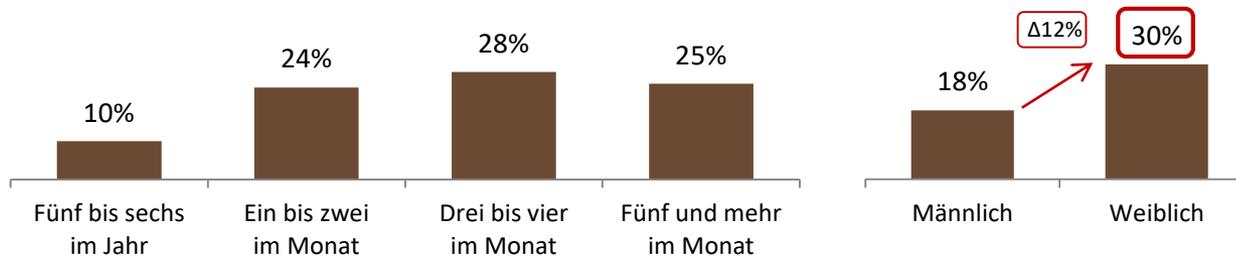
Entspannter reisen: Der Stresslevel wird nur noch von einem Viertel der Geschäftsreisenden als hoch empfunden. Bei Frauen liegt der Anteil bei knapp einem Drittel.



TOP-2: Sehr hoch + Hoch	
Jahr	%
2016	46%
2015	45%
2014	25%
2013	29%

TOP-2: Sehr hoher + hoher Stresslevel: Anzahl Geschäftsreisen

Geschlecht

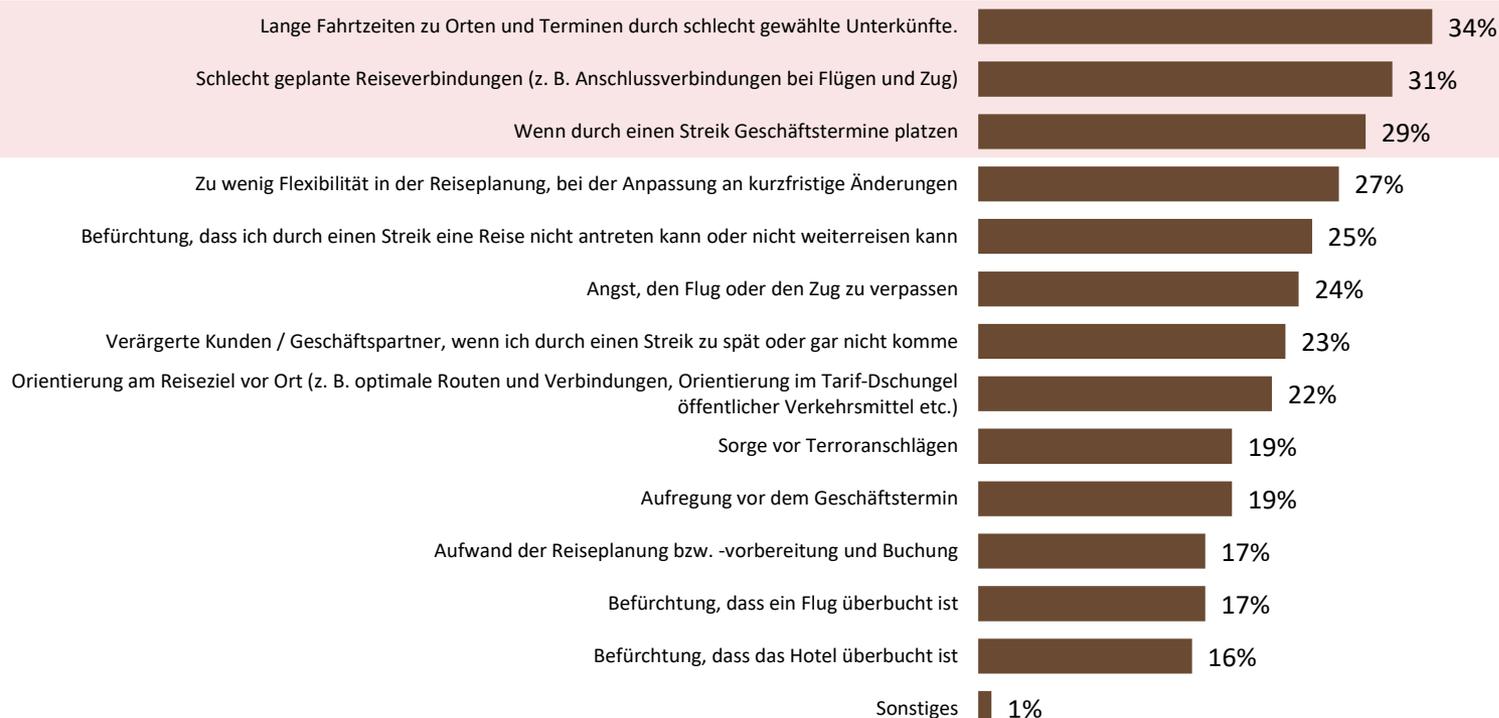


Frage 29: Geschäftsreisen können durch verschiedene Ereignisse Stress verursachen, z. B. durch Verspätungen, Wartezeiten, Streiks oder auch durch die schlechte Vereinbarkeit von Geschäftsreisen und Privatleben. Wenn Sie einmal an Ihre Geschäftsreisen in den letzten 12 Monate denken: Wie hoch beurteilen Sie den Stresslevel?

Basis: alle Befragten, N = 220

## Gesundheitsaspekte

Die Hauptverursacher von Stress: Lange Fahrzeiten, schlecht geplante Reiseverbindungen und streikbedingte Ausfälle von Geschäftsterminen.



Frage 30: Was genau verursacht bei Ihnen Stress in puncto Geschäftsreisen?

Basis: Befragte mit einem zumindest geringen Stresslevel, N = 190 (Mehrfachnennung)

## Gesundheitsaspekte

Stress wird bei Nichtkunden eines Geschäftsreisebüros häufiger durch die Orientierung am Reiseziel und den Aufwand der Reiseplanung verursacht.

	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	190	18	86	52	34	150	30
Lange Fahrtzeiten zu Orten und Terminen durch schlecht gewählte Unterkünfte.	34%	44%	29%	40%	32%	34%	37%
Schlecht geplante Reiseverbindungen (z. B. Anschlussverbindungen bei Flügen und Zug)	31%	33%	24%	37%	38%	31%	33%
Wenn durch einen Streik Geschäftstermine platzen	29%	6%	26%	40%	35%	32%	23%
Zu wenig Flexibilität in der Reiseplanung, bei der Anpassung an kurzfristige Änderungen	27%	39%	20%	33%	29%	29%	13%
Befürchtung, dass ich durch einen Streik eine Reise nicht antreten kann oder nicht weiterreisen kann	25%	28%	24%	31%	18%	27%	23%
Angst, den Flug oder den Zug zu verpassen	24%	17%	26%	23%	24%	23%	30%
Verärgerte Kunden/Geschäftspartner, wenn ich durch einen Streik zu spät oder gar nicht komme	23%	11%	19%	27%	32%	22%	23%
Orientierung am Reiseziel vor Ort (z. B. optimale Routen und Verbindungen, Orientierung im Tarif-Dschungel öffentlicher Verkehrsmittel etc.)	22%	6%	21%	23%	29%	21%	27%
Sorge vor Terroranschlägen	19%	17%	15%	31%	15%	21%	17%
Aufregung vor dem Geschäftstermin	19%	17%	19%	19%	21%	19%	20%
Aufwand der Reiseplanung bzw. -vorbereitung und Buchung	17%	11%	19%	21%	12%	16%	27%
Befürchtung, dass ein Flug überbucht ist	17%	11%	13%	25%	18%	18%	7%
Befürchtung, dass das Hotel überbucht ist	16%	11%	19%	17%	9%	19%	–
Sonstiges	1%	–	1%	2%	–	–	7%

Frage 30: Was genau verursacht bei Ihnen Stress in puncto Geschäftsreisen?  
Basis: Befragte mit einem zumindest geringen Stresslevel, N = 190 (Mehrfachnennung)



5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Gesundheitsaspekte

Für Reisende mit hohem Stresslevel ist die Angst vor Terroranschlägen einer der größten Auslöser von Stress.

	Gesamt	Geschlecht		Alter		Stresslevel		
		Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter	Sehr hoch + hoch	Teils / teils	Eher gering
<b>Basis (Fallzahl)</b>	190	96	94	94	96	53	99	38
Lange Fahrtzeiten zu Orten und Terminen durch schlecht gewählte Unterkünfte.	34%	40%	29%	35%	33%	23%	39%	37%
Schlecht geplante Reiseverbindungen*	31%	30%	32%	32%	30%	40%	29%	24%
Wenn durch einen Streik Geschäftstermine platzen	29%	21%	38%	34%	25%	34%	29%	24%
Zu wenig Flexibilität in der Reiseplanung, bei der Anpassung an kurzfristige Änderungen	27%	26%	28%	28%	26%	30%	24%	29%
Befürchtung, dass ich durch einen Streik eine Reise nicht antreten kann oder nicht weiterreisen kann	25%	29%	21%	34%	17%	19%	32%	16%
Angst, den Flug oder den Zug zu verpassen	24%	22%	26%	24%	23%	28%	23%	18%
Verärgerte Kunden / Geschäftspartner, wenn ich durch einen Streik zu spät oder gar nicht komme	23%	27%	18%	22%	23%	28%	21%	18%
Orientierung am Reiseziel vor Ort**	22%	21%	22%	23%	20%	21%	25%	13%
Sorge vor Terroranschlägen	19%	14%	26%	19%	20%	34%	17%	5%
Aufregung vor dem Geschäftstermin	19%	21%	17%	19%	19%	25%	18%	13%
Aufwand der Reiseplanung bzw. -vorbereitung und Buchung	17%	20%	15%	16%	19%	19%	21%	5%
Befürchtung, dass ein Flug überbucht ist	17%	16%	18%	18%	16%	19%	17%	13%
Befürchtung, dass das Hotel überbucht ist	16%	11%	20%	18%	14%	26%	15%	3%
Sonstiges	1%	1%	1%	1%	1%	–	2%	–

Frage 30: Was genau verursacht bei Ihnen Stress in puncto Geschäftsreisen?

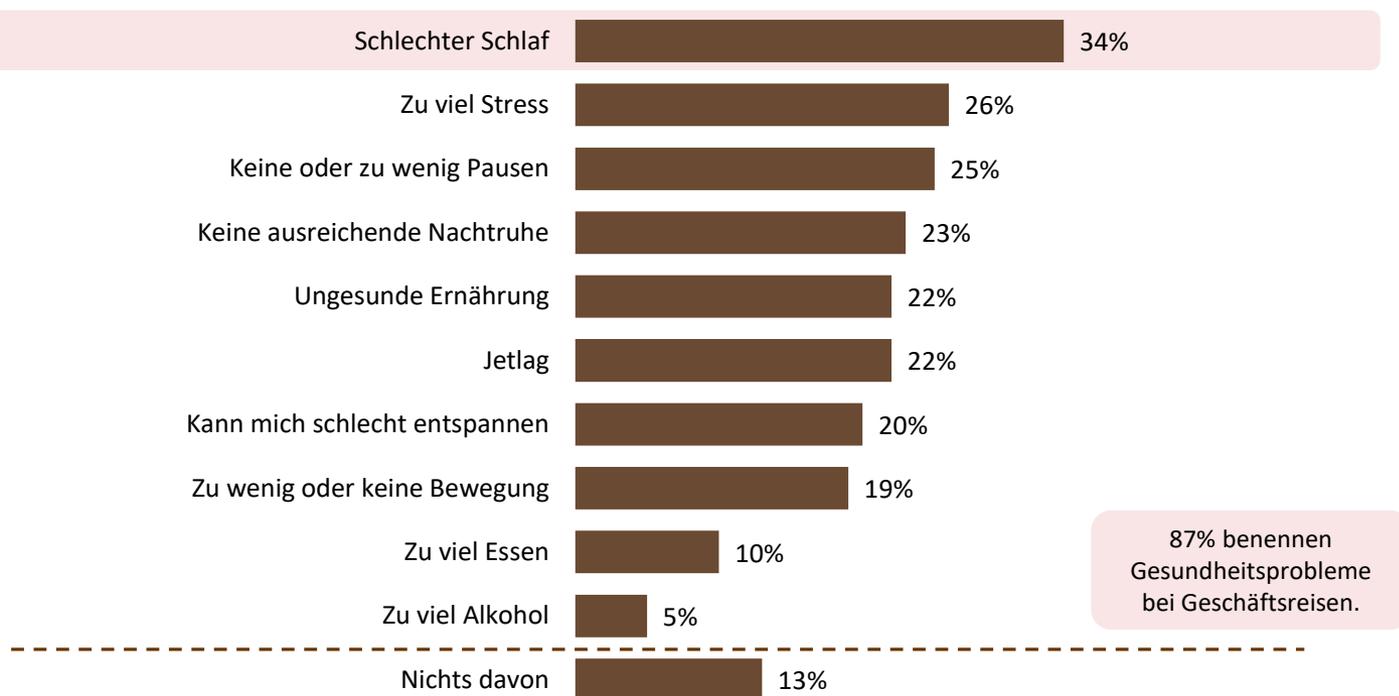
Basis: Befragte mit einem zumindest geringen Stresslevel, N = 190 (Mehrfachnennung) \* z. B. Anschlussverbindungen bei Flügen und Zug \*\* z. B. optimale Routen und Verbindungen, Orientierung im Tarif-Dschungel öffentlicher Verkehrsmittel etc.

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Gesundheitsaspekte

Schlechter Schlaf wird von einem Drittel der geschäftlich Reisenden als eines der wichtigsten gesundheitlichen Probleme bei Reisen ausgemacht.



Frage 31: Wenn Sie auf einer Geschäftsreise mit mindestens einer Übernachtung sind, dann kann die alltägliche Routine in puncto Gesundheit schon einmal durcheinanderkommen. Welche sind Ihre drei größten Probleme bei Geschäftsreisen, wenn Sie an Ihre Gesundheit denken?

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

## Gesundheitsaspekte

Frauen zählen zu viel Stress und ungesunde Ernährung neben schlechtem Schlaf zu den drei größten Gesundheitsproblemen bei Reisen.

	Gesamt	Geschlecht		Alter	
		Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110
Schlechter Schlaf	34%	35%	33%	35%	33%
Zu viel Stress	26%	20%	33%	29%	24%
Keine oder zu wenig Pausen	25%	22%	27%	29%	20%
Keine ausreichende Nachtruhe	23%	27%	18%	22%	24%
Ungesunde Ernährung	22%	17%	27%	20%	25%
Jetlag	22%	21%	24%	24%	21%
Kann mich schlecht entspannen	20%	19%	21%	20%	20%
Zu wenig oder keine Bewegung	19%	22%	16%	12%	26%
Zu viel Essen	10%	12%	8%	9%	11%
Zu viel Alkohol	5%	5%	5%	3%	7%
Nichts davon	13%	13%	14%	18%	8%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 31: Wenn Sie auf einer Geschäftsreise mit mindestens einer Übernachtung sind, dann kann die alltägliche Routine in puncto Gesundheit schon einmal durcheinanderkommen.

Welche sind Ihre drei größten Probleme bei Geschäftsreisen, wenn Sie an Ihre Gesundheit denken?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (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**

## Geschäftsreise der Zukunft

Die drei am häufigsten erwarteten Veränderungen bei Geschäftsreisen: Mehr Kostenbewusstsein, mehr Reisen und mehr Service-Apps für reiserelevante Informationen in Echtzeit.



Frage 32: Ein Blick in die Zukunft: Was denken Sie, wie werden sich Geschäftsreisen in den nächsten fünf Jahren verändern?

Basis: Alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung)

## Geschäftsreise der Zukunft

Nichtkunden eines Geschäftsreisebüros gehen überdurchschnittlich häufig davon aus, dass Unternehmen künftig mehr auf Kosten und umweltbewusstes Reisen achten werden.

Erwartete Veränderungen /1	Gesamt	Position		Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20	95	65	40	172	32
Unternehmen werden stärker auf die Kosten achten als bisher.	<b>27%</b>	20%	34%	15%	26%	37%	18%	26%	38%
Geschäftsreisen werden zunehmen.	<b>25%</b>	26%	25%	25%	22%	31%	25%	27%	25%
Unternehmen werden ihren Geschäftsreisenden Service-Apps zu Verfügung stellen, mit denen sie relevante Informationen um Reiseverlauf und Reiseziel in Echtzeit übermitteln können.	<b>25%</b>	30%	21%	35%	22%	28%	25%	27%	19%
Geschäftsreisende werden mehr auf umweltfreundliches Reisen achten.	<b>24%</b>	24%	24%	35%	16%	29%	28%	26%	22%
Hotels werden sich stärker auf die individuellen Bedürfnisse der Geschäftsreisenden ausrichten.	<b>23%</b>	20%	25%	10%	23%	23%	28%	24%	19%
Geschäftsreisende entwickeln höhere Ansprüche, z. B. was ihre individuellen Bedürfnisse angeht.	<b>22%</b>	21%	24%	20%	20%	25%	25%	25%	13%
Unternehmen werden mehr auf umweltfreundliches Reisen achten.	<b>22%</b>	21%	24%	15%	18%	31%	23%	22%	34%
Dienstleister werden verstärkt kooperieren, z. B. Anbieter von Appartements, Restaurants, Shuttle-Services. Damit lassen sich Geschäftsreisen individueller und flexibler gestalten.	<b>22%</b>	18%	26%	35%	23%	20%	18%	23%	25%

Frage 32: Ein Blick in die Zukunft: Was denken Sie, wie werden sich Geschäftsreisen in den nächsten fünf Jahren verändern? Basis: Alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung)



5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Geschäftsreise der Zukunft

Vielreisende rechnen überdurchschnittlich oft damit, dass Unternehmen verstärkt auf das Wohl ihrer reisenden Mitarbeiter achten werden.

Erwartete Veränderungen /2	Gesamt	Position		Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	20	95	65	40	172	32
Geschäftsreisen werden verstärkt von politischen Unruhen oder Terroranschlägen beeinflusst.	21%	16%	26%	30%	15%	32%	15%	22%	22%
Vermehrte Warnstreiks werden bei Geschäftsreisen mehr Kosten verursachen, z. B. durch notwendige Umbuchungen oder längere Reisewege.	21%	17%	25%	35%	21%	18%	20%	22%	16%
Geschäftsreisen werden durch drohende Warnstreiks im Flug- oder Schienenverkehr schlechter planbar.	20%	20%	21%	40%	21%	17%	15%	24%	6%
Übernachtungsangebote z.B. über Airbnb Business, als Alternative zu Hotels, werden zunehmen.	20%	15%	25%	30%	13%	25%	25%	19%	22%
Unternehmen werden stärker auf die individuellen Bedürfnisse ihrer geschäftsreisenden Mitarbeiter eingehen (müssen).	20%	19%	20%	25%	17%	18%	25%	21%	13%
Geschäftsreisen werden vermehrt durch Streiks behindert.	17%	16%	18%	15%	15%	26%	10%	19%	9%
Unternehmen bieten ihren geschäftsreisenden Mitarbeitern vermehrt Möglichkeiten zur Entspannung, wie z. B. Sport oder Kultur.	17%	13%	21%	5%	14%	18%	28%	20%	3%
Nichts davon	7%	7%	7%	15%	13%	2%	–	7%	6%

Frage 32: Ein Blick in die Zukunft: Was denken Sie, wie werden sich Geschäftsreisen in den nächsten fünf Jahren verändern? Basis: Alle Befragten, N = 220 (Mehrfachnennung)



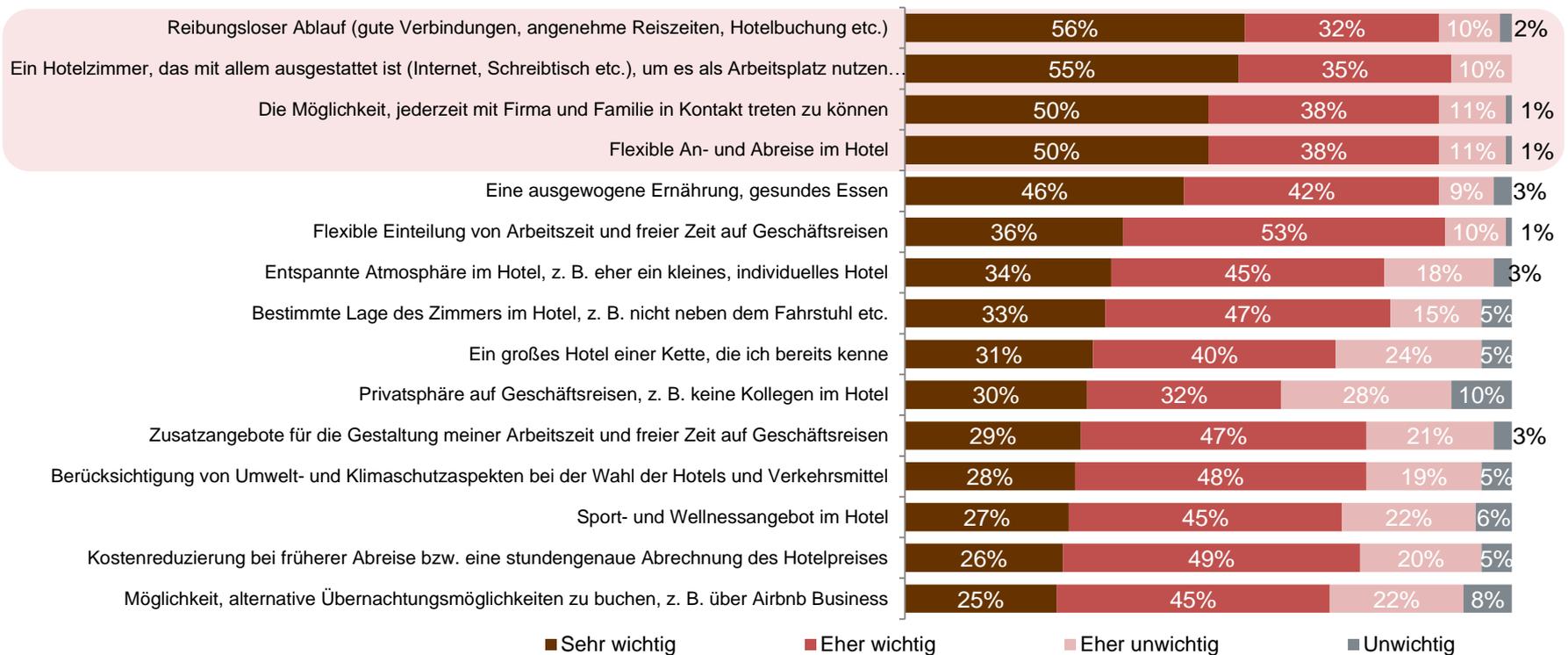
Geringe Fallzahl

5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

## Geschäftsreise der Zukunft

Hauptansprüche der Reisenden: Reibungsloser Ablauf, als Arbeitsplatz ausgestattetes Hotelzimmer, Kontaktmöglichkeiten zu Firma und Familie sowie flexible An- und Abreise im Hotel.



Frage 33: 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

Vielreisende wünschen sich überdurchschnittlich häufig flexible An- und Abreisezeiten in Hotels und eine ausgewogene Ernährung.

Sehr wichtig /1	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	20	95	65	40	172	32
Reibungsloser Ablauf (gute Verbindungen, angenehme Reisezeiten, Hotelbuchung, etc.)	<b>56%</b>	55%	54%	60%	58%	58%	66%
Ein Hotelzimmer, das mit allem ausgestattet ist (Internet, Schreibtisch, etc.), um es als Arbeitsplatz nutzen zu können	<b>55%</b>	45%	56%	58%	50%	59%	53%
Die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können	<b>50%</b>	30%	46%	63%	50%	51%	63%
Flexible An- und Abreise im Hotel	<b>50%</b>	35%	44%	60%	58%	53%	47%
Eine ausgewogene Ernährung, gesundes Essen	<b>46%</b>	25%	40%	55%	55%	52%	22%
Flexible Einteilung von Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	<b>36%</b>	35%	31%	43%	35%	37%	38%
Entspannte Atmosphäre im Hotel, z. B. eher ein kleines, individuelles Hotel	<b>34%</b>	15%	33%	40%	38%	36%	31%
Bestimmte Lage des Zimmers im Hotel, z. B. nicht neben dem Fahrstuhl etc.	<b>33%</b>	25%	32%	37%	33%	37%	19%



■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 33: 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

Kunden eines Geschäftsreisebüros bevorzugen häufiger ein großes Hotel einer ihnen bereits bekannten Kette.

Sehr wichtig /2	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	20 	95	65	40	172	32
Ein großes Hotel einer Kette, die ich bereits kenne	<b>31%</b>	15%	32%	37%	28%	36%	16%
Privatsphäre auf Geschäftsreisen, z. B. keine Kollegen im Hotel	<b>30%</b>	35%	21%	43%	28%	34%	22%
Zusatzangebote für die Gestaltung meiner Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	<b>29%</b>	30%	21%	38%	30%	31%	9%
Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaschutzaspekten bei der Wahl der Hotels und Verkehrsmittel	<b>28%</b>	15%	20%	42%	33%	28%	25%
Sport- und Wellnessangebot im Hotel	<b>27%</b>	15%	25%	32%	28%	31%	13%
Kostenreduzierung bei früherer Abreise bzw. eine stundengenaue Abrechnung des Hotelpreises	<b>26%</b>	25%	20%	35%	28%	29%	16%
Möglichkeit, alternative Übernachtungsmöglichkeiten zu buchen, z. B. über Airbnb Business	<b>25%</b>	10%	19%	28%	43%	27%	9%



■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 33: 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

Jüngeren sind ein Hotelzimmer mit der Möglichkeit, es als Arbeitsplatz zu nutzen, flexible An- und Abreisezeiten sowie eine ausgewogene Ernährung überdurchschnittlich wichtig.

Sehr wichtig /1	Gesamt	Funktion		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	110	110
Reibungsloser Ablauf (gute Verbindungen, angenehme Reisezeiten, Hotelbuchung, etc.)	56%	55%	58%	56%	56%	56%	56%
Ein Hotelzimmer, das mit allem ausgestattet ist (Internet, Schreibtisch, etc.), um es als Arbeitsplatz nutzen zu können	55%	47%	62%	51%	58%	60%	49%
Die Möglichkeit, jederzeit mit Firma und Familie in Kontakt treten zu können	50%	53%	48%	52%	49%	53%	48%
Flexible An- und Abreise im Hotel	50%	46%	55%	47%	54%	55%	46%
Eine ausgewogene Ernährung, gesundes Essen	46%	44%	48%	44%	48%	53%	39%
Flexible Einteilung von Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	36%	41%	30%	41%	30%	36%	35%
Entspannte Atmosphäre im Hotel, z. B. eher ein kleines, individuelles Hotel	34%	37%	31%	35%	33%	30%	38%
Bestimmte Lage des Zimmers im Hotel, z. B. nicht neben dem Fahrstuhl etc.	33%	32%	34%	34%	32%	36%	29%

■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 33: 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

Jüngere wünschen sich öfter Sport- und Wellnessangebote im Hotel und die Möglichkeit zur Buchung alternativer Übernachtungsmöglichkeiten als ältere Reisende.

Sehr wichtig /2	Gesamt	Funktion		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
<b>Basis (Fallzahl)</b>	220	110	110	110	110	110	110
Ein großes Hotel einer Kette, die ich bereits kenne	<b>31%</b>	23%	39%	23%	39%	33%	29%
Privatsphäre auf Geschäftsreisen, z. B. keine Kollegen im Hotel	<b>30%</b>	31%	29%	33%	27%	34%	26%
Zusatzangebote für die Gestaltung meiner Arbeitszeit und freier Zeit auf Geschäftsreisen	<b>29%</b>	25%	33%	22%	35%	31%	26%
Berücksichtigung von Umwelt- und Klimaschutzaspekten bei der Wahl der Hotels und Verkehrsmittel	<b>28%</b>	25%	32%	22%	35%	30%	26%
Sport- und Wellnessangebot im Hotel	<b>27%</b>	23%	31%	18%	35%	35%	19%
Kostenreduzierung bei früherer Abreise bzw. eine stundengenaue Abrechnung des Hotelpreises	<b>26%</b>	24%	29%	21%	32%	27%	25%
Möglichkeit, alternative Übernachtungsmöglichkeiten zu buchen, z. B. über Airbnb Business	<b>25%</b>	24%	26%	17%	33%	34%	16%

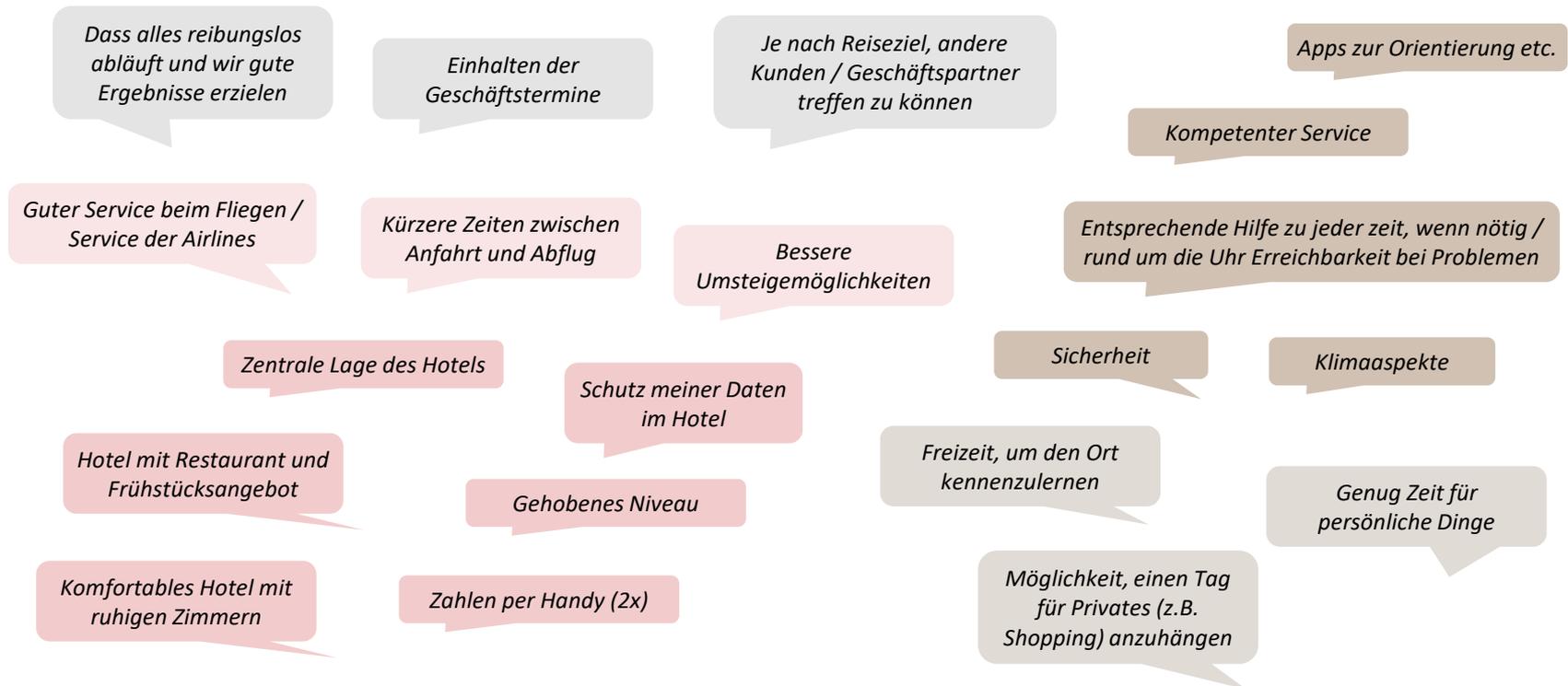
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 33: 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 noch wichtig ist:



Frage 34: 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)

## Inhalt

**Untersuchungsansatz**

**Ergebnisse der Untersuchung**

**Management Summary**

**Relevanz von Geschäftsreisen**

**Organisation und Zeitmanagement**

**Mobilitätsmanagement**

**Risiko- und Informationsmanagement**

**Auswirkungen der Digitalisierung**

**Gesundheitsaspekte**

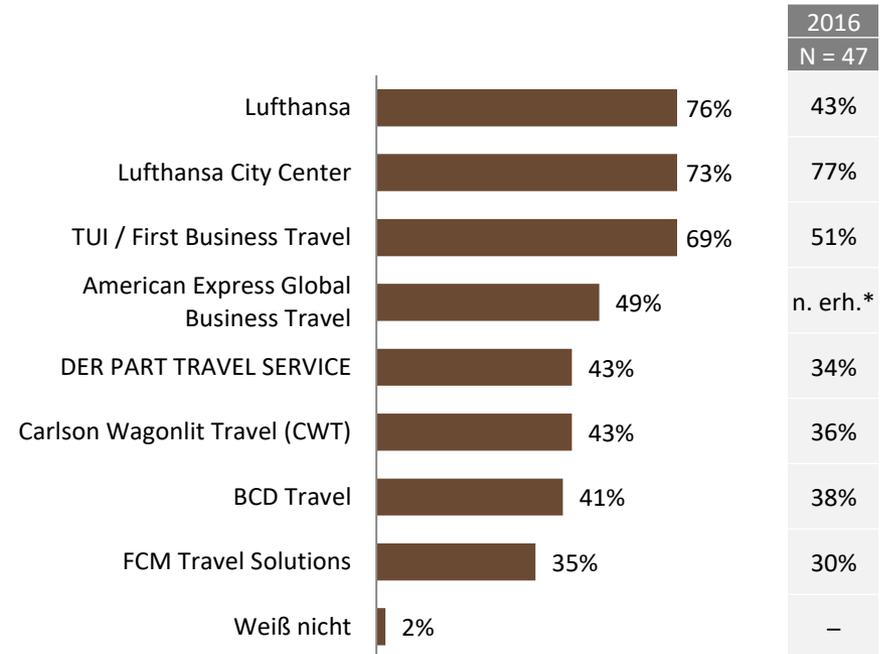
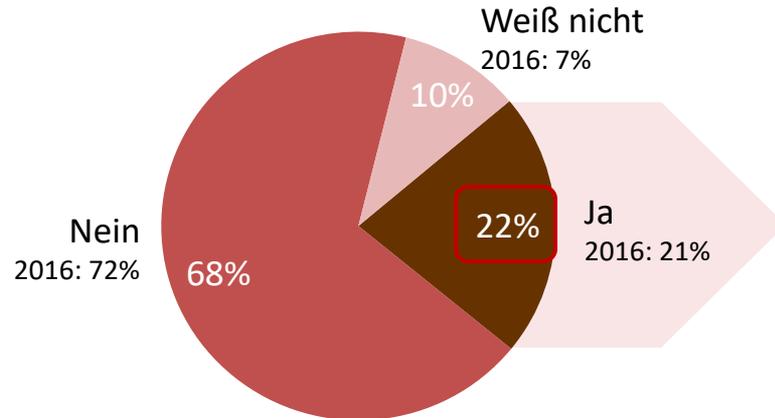
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

**Statistik**

## Kampagnenwirkung

Gut jeder fünfte Geschäftsreisende kennt die Kampagne „Chefsache Business Travel“.



Frage 35: Der DRV Deutscher Reiseverband hat vor einiger Zeit eine Kampagne mit dem Titel „Chefsache Business Travel“ gestartet. Kennen Sie diese Kampagne?  
Basis: Alle Befragten, N = 220

Frage 36: Welche der folgenden Unternehmen sind Ihnen als Kampagnenpartner von „Chefsache Business Travel“ bekannt? \* n. erh. = nicht erhoben  
Basis: Befragte, denen die DRV-Kampagne bekannt ist, N = 49 (Mehrfachnennung)

## Kampagnenwirkung

Die Kampagne „Chefsache Business Travel“ ist Frauen und Jüngeren überdurchschnittlich häufig bekannt.

DRV-Kampagne „Chefsache Business Travel“ bekannt	Gesamt	Anzahl Geschäftsreisen				Zusammenarbeit mit einem Geschäftsreisebüro	
		Fünf bis sechs im Jahr	Ein bis zwei im Monat	Drei bis vier im Monat	Fünf und mehr im Monat	Ja	Nein
Basis (Fallzahl)	220	20 	95	65	40	172	32
Ja	<b>22%</b>	5%	13%	43%	20%	26%	13%
Nein	<b>68%</b>	95%	80%	48%	58%	65%	84%
Weiß nicht	<b>10%</b>	–	7%	9%	23%	10%	3%

DRV-Kampagne „Chefsache Business Travel“ bekannt	Gesamt	Funktion		Geschlecht		Alter	
		Geschäftsführung / Vorstand	Führungs- / Fachkraft	Männlich	Weiblich	Jünger als 40 Jahre	40 Jahre und älter
Basis (Fallzahl)	220	110	110	110	110	110	110
Ja	<b>22%</b>	18%	26%	15%	29%	28%	16%
Nein	<b>68%</b>	75%	60%	78%	57%	59%	76%
Weiß nicht	<b>10%</b>	6%	14%	6%	14%	13%	7%



 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt

 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 35: Der DRV Deutscher Reiseverband hat vor einiger Zeit eine Kampagne mit dem Titel „Chefsache Business Travel“ gestartet. Kennen Sie diese Kampagne? 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**

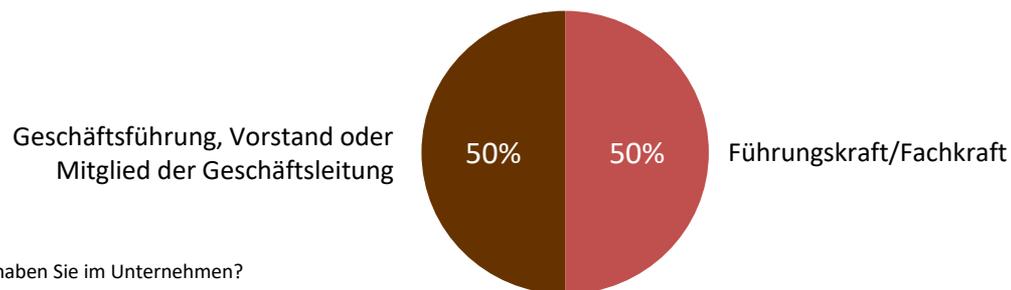
**Geschäftsreise der Zukunft**

**Kampagnenwirkung**

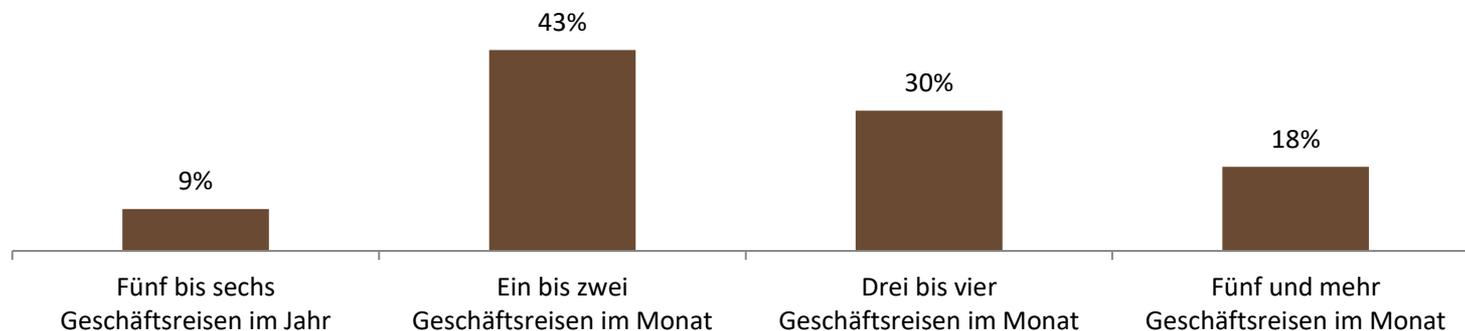
**Statistik**

## Statistik

### Position und Anzahl der Geschäftsreisen



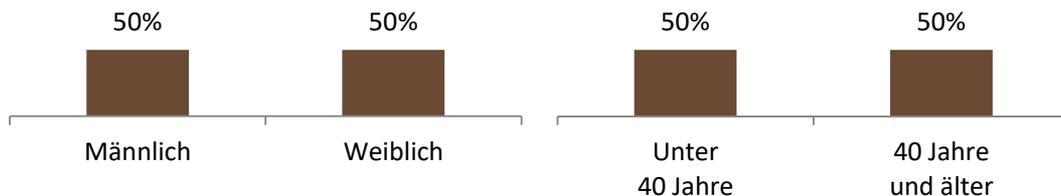
Screening 1. Welche Position haben Sie im Unternehmen?  
Basis: Alle Befragten, N = 220



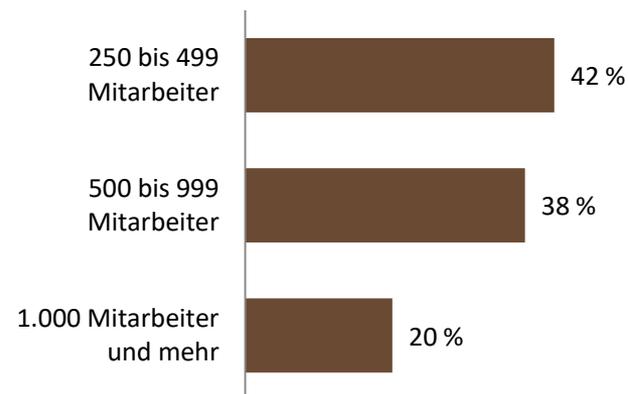
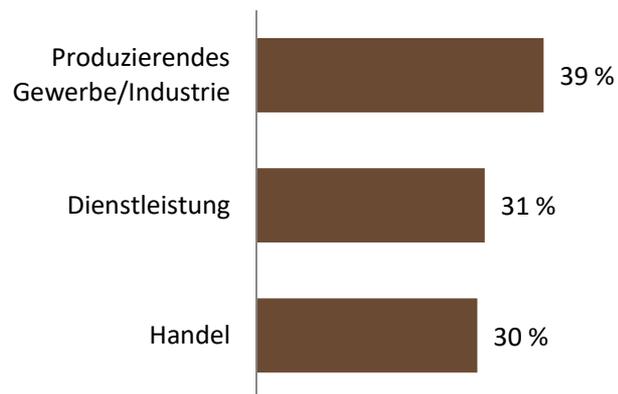
Screening 2. Kurz zur Definition des Begriffs Geschäftsreisen: Unter Geschäftsreisen verstehen wir einerseits längere geschäftliche Aufenthalte in anderen Städten oder im Ausland mit Übernachtungen, andererseits aber auch Außer-Haus-Termine, für die der betreffende Mitarbeiter per Auto, Zug oder Flugzeug 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.

Dr. Ellen Madeker

Schicklerstraße 5-7

D-10179 Berlin

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

Telefon +49 30 28406 -15

Fax +49 30 28406-30

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

Realisierung der Studie:

Faktenkontor GmbH

Dr. Philipp Pries

Ludwig-Erhard-Straße 37

D-20459 Hamburg

E-Mail: [philipp.pries@faktenkontor.de](mailto:philipp.pries@faktenkontor.de)

Tel.: +49 40 253185-145

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.