

CHEFSACHE BUSINESS TRAVEL STUDIE 2019

Herausgeber:

Eine Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV)



FIRST BUSINESS TRAVEL



ÜBERBLICK

<u>Untersuchungsansatz</u>	S. 3
<u>Management Summary</u>	S. 4
<u>Die Ergebnisse der Studie im Einzelnen</u>	S. 9
<u>Stellenwert von Geschäftsreisen</u>	S. 9
<u>Organisation und Zeitmanagement</u>	S. 14
<u>Produktivität von und auf Geschäftsreisen</u>	S. 30
<u>Workplace: Arbeitsmöglichkeiten während einer Geschäftsreise</u>	S. 45
<u>Reiserichtlinien in Unternehmen</u>	S. 52
<u>Bleisure Travel</u>	S. 58
<u>Digitalisierung in der Geschäftsreisebranche</u>	S. 62
<u>Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen</u>	S. 70
<u>Risiko- und Informationsmanagement</u>	S. 75
<u>Kampagnenwirkung „Chefsache Business Travel“</u>	S. 83
<u>Statistik</u>	S. 87

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: <https://www.chefsache-businesstravel.de>. Gern nennen wir Ihnen Ansprechpartner für Statements.

UNTERSUCHUNGSANSATZ

Thema der Studie	<ul style="list-style-type: none">▪ Der Berichtsband stellt die Ergebnisse einer Online-Befragung zum Thema „Geschäftsreisen“ dar, die im Auftrag des DRV Deutscher Reiseverband durchgeführt wurde.
Befragungszeitraum	<ul style="list-style-type: none">▪ Die Daten wurden im März 2019 erhoben.▪ Online-Erhebung durch: mo'web research, Düsseldorf.
Zielgruppe	<ul style="list-style-type: none">▪ 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 100 geschäftsreisende Führungs- oder Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern nahmen an der Umfrage teil. Die Ergebnisse sind auf ganze Zahlen gerundet.
Vergleich	<ul style="list-style-type: none">▪ Vergleiche mit den vorherigen Studien „Business Travel 2013 bis 2018“ wurden an den entsprechenden Stellen eingefügt.

Business Travel 2019

MANAGEMENT SUMMARY

MANAGEMENT SUMMARY

Der persönliche Stellenwert von Geschäftsreisen gewinnt deutlich an Bedeutung: Für 54 Prozent der Geschäftsreisenden – und damit doppelt so vielen wie noch vor vier Jahren – machen sie den Job erst besonders attraktiv (S. 10). Dabei sind im Vergleich zum Vorjahr deutlich mehr Geschäftsreisende bevorzugt für mehrere Tage unterwegs (S. 12). Jede dritte Geschäftsreise wurde im letzten Jahr mit dem Flugzeug zurückgelegt, jede vierte mit der Bahn (S. 38). Aber wie wirken sich Geschäftsreisen auf die eigene Produktivität aus? Was stresst auf Geschäftsreisen? Welche Auswirkungen hat die Digitalisierung auf die Geschäftsreisebranche? Welche Trends sind durch die Ansprüche der jüngeren Geschäftsreisenden zu erwarten? Diese und andere Fragen beantworten die vorliegenden Ergebnisse einer Befragung unter 200 Geschäftsreisenden aus Unternehmen mit mindestens 250 Mitarbeitern.

Vier von zehn Geschäftsreisenden haben das Gefühl, **auf Reisen produktiver** zu sein **als bei einem normalen Arbeitstag im Büro** (S. 31). Dabei wird die **Reisezeit gerne zum Arbeiten genutzt**: 40 Prozent der Reisezeit in der Bahn wird dem Business gewidmet, im Flugzeug wird im Durchschnitt ein Drittel der Flugzeit gearbeitet (S. 46). Umsteige- und Anschlusszeiten sind weniger gut zum Arbeiten geeignet: Unter besseren Rahmenbedingungen würden Geschäftsreisende zumindest ein Fünftel der Wartezeit geschäftlich nutzen, aktuell sind es gerade einmal 14 Prozent (S. 47). Um ideal arbeiten zu können, fordern 84 Prozent der Reisenden ungestörte Arbeitsbereiche mit Tischen auf Bahnhöfen und Flughäfen. Für knapp neun von zehn Geschäftsreisenden ist ein zeitlich unbeschränkter WLAN-Zugang sehr wichtig. Für beide Leistungen wäre ein Drittel der Reisenden auch bereit, extra zu bezahlen (S. 49).

Geschäftsreisen können jedoch auch Stress verursachen. So empfindet knapp jeder Vierte den **Stress in Zusammenhang mit Geschäftsreisen** als hoch oder sehr hoch (S. 15). **Ausfälle oder Verspätungen** von Bahn und Flugzeug sorgen bei acht von zehn Geschäftsreisenden für den größten Stressfaktor (S. 19). Immerhin kam es bei mehr als jeder fünften Geschäftsreise in den letzten 12 Monaten zu Verspätungen (S. 26).

MANAGEMENT SUMMARY

In diesem Zusammenhang stellen die **Anschlussverbindungen beim Wechsel der Verkehrsmittel** einen weiteren Stressfaktor dar, sei es wegen zu langer Wartezeiten auf den Anschluss (70%) oder zu wenig zeitlichem Puffer (74%, S. 19). Der Wechsel auf die Bahn verläuft am wenigsten reibungslos: nur 53 Prozent der Nutzer dieses Verkehrsmittels zeigen sich zufrieden (S. 43).

Ein weiteres Ärgernis auf Geschäftsreisen ruft bei zwei Drittel der Reisenden die **schlechte Erreichbarkeit von Ansprechpartnern oder Hotlines** in Zusammenhang mit der Reise hervor. Ebenso viele stören sich an der **fehlenden Flexibilität in der Reiseplanung**, die teilweise kein Umbuchen ermöglicht (S. 17). Daher bucht die Mehrheit (59%) grundsätzlich die Reisen mit ausreichend Puffer, um Verspätungen ausgleichen zu können. Denn: Jeder Dritte hat Sorge, dass Geschäftspartner für Verspätungen kein Verständnis haben und daher der Verlust von Aufträgen droht (S. 24). Immerhin konnte in den letzten 12 Monaten bei mehr als der Hälfte der verspäteten Reisen der Geschäftstermin nicht pünktlich wahrgenommen werden (S. 26).

87 Prozent der Geschäftsreisenden kümmern sich persönlich um die **Reisebuchung** (S. 28). Die **digitalen Möglichkeiten und innovativen Technologien** bieten den Geschäftsreisenden dabei eine Vielzahl von Erleichterungen, unter anderem eine flexiblere Gestaltung der Reisepläne und ein einfacheres Buchen. Drei von vier Geschäftsreisenden geben an, durch die Digitalisierung deutlich mehr an Organisation und Buchungsaufwand selbst zu übernehmen (S. 63).

Innovative Bezahlmethoden werden unter den Reisenden noch wenig genutzt: Die Hälfte zahlt auf Geschäftsreisen heutzutage noch mit Bargeld oder Kreditkarte. Virtuelles Bezahlen mit einem Smartphone nutzen derzeit nur 17 Prozent. Mehr als jeder Vierte setzt jedoch in Zukunft mehr auf diese Möglichkeit (S. 65). Allerdings ist das Vertrauen in diese Bezahlmethode im Vergleich zur EC- oder Kreditkarte oder Online-Bezahldiensten, wie PayPal, noch am geringsten (S. 68).

MANAGEMENT SUMMARY

Die meisten Unternehmen haben **Reiserichtlinien**, die allerdings nur bei knapp der Hälfte der Unternehmen auch strikt eingehalten werden müssen (S. 53). Zwei Drittel der Reiserichtlinien geben eine Kostengrenze vor, ein Drittel schreibt detailliert vor, wie und was zu buchen ist. In diesem Fall scheint jedoch mehr Spielraum vorhanden zu sein, die Vorgaben nicht einzuhalten (S. 54). Für jeden dritten Geschäftsreisenden ist bei der Reisebuchung ein Mitspracherecht bei der Auswahl der Hotels einer der wichtigsten Aspekte für die eigene Zufriedenheit (S. 56).

Die überwiegende Mehrheit der Geschäftsreisenden (82%) hält es für wichtig, auf beruflichen Reisen auf **Nachhaltigkeit** zu achten. Ökologische oder soziale Aspekte spielen bei Buchungen jedoch nur bei jedem zweiten Unternehmen eine Rolle (S. 71). Am ehesten wird versucht, mehrere Termine in einer Reise zu verbinden, den Zug statt des Flugzeugs zu nutzen oder die Reisedokumente digital mitzuführen. Jedes dritte Unternehmen wählt derzeit vorrangig Unterkünfte, Restaurants oder Reisedienstleister, die für ihre Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurden. Weitere 48 Prozent wollen dieses in Zukunft verstärkt tun. Auf wenig Interesse stoßen bei den Unternehmen die Nutzung von Car-Sharing, die Entrichtung eines Ökoaufschlags bei Flugtickets oder der Erwerb von Klimazertifikaten, um die CO₂-Emissionen auszugleichen (S. 72).

Die Hälfte der befragten Unternehmen ist heute schon bestrebt, aus ökologischen Gesichtspunkten Reisen durch **virtuelle Meetings** zu ersetzen. In Zukunft wollen weitere 38 Prozent verstärkt darauf achten (S. 72). Tatsächlich wurde in 2018 nahezu jede vierte Geschäftsreise durch ein virtuelles Meeting ersetzt (S. 33). Die Gründe hierfür liegen vor allem in der Zeit- und Kostenersparnis (S. 34). Auch im Falle eines **Brexits** erwarten drei von vier Geschäftsreisende vermehrt virtuelle Meetings mit den britischen Kollegen als Ersatz für persönliche Reisen nach Großbritannien, bedingt durch die erwarteten, höheren Flugpreise und aufwändigeren Buchungsvorgänge (S. 76).

Für **persönliche Meetings** hingegen sprechen eine höhere Vertraulichkeit und zwischenmenschliche Faktoren, wie die Stärkung der sozialen und interkulturellen Kompetenz. Für mehr als jeden zweiten Geschäftsreisenden ist zudem das persönliche Erfolgserlebnis auf Geschäftsreisen höher (S. 34). 39 Prozent der Geschäftsreisenden sehen zudem in Besuchen vor Ort den Vorteil, im Durchschnitt 23 Prozent mehr Umsatz pro Jahr zu generieren (S. 37).

MANAGEMENT SUMMARY

Geschäftsreisen bieten auch die Möglichkeit, die Reise für private Aufenthalte zu verlängern (**Bleisure Travel**). Dieses stellt für jeden vierten Reisenden einen der drei wichtigsten Aspekte für die Mitarbeiterzufriedenheit dar (S. 56). Knapp drei Viertel (72%) der Geschäftsreisenden haben auch schon einmal eine berufliche Reise für private Zwecke verlängert. Die Hälfte hat eine oder mehrere Übernachtungen angehängt (S. 59). Mehrkosten für zusätzliche Hotelübernachtungen ist jeder Zweite bereit zu tragen, höhere Flugpreise würde allerdings nur jeder Dritte akzeptieren (S. 60).

Mehr als vier von zehn Geschäftsreisenden haben Bedenken bezüglich der **eigenen Sicherheit auf Reisen** (S. 78). Jedes neunte Unternehmen entsendet aus Sicherheitsgründen seine Mitarbeiter nicht in bestimmte Länder, wie z.B. Syrien oder die Türkei (S. 80). Der Anteil der Unternehmen mit einem professionellen Risikomanagement für Geschäftsreisen ist ansteigend und liegt derzeit bei 56 Prozent (S. 82).

Die **nachwachsende Generation der Geschäftsreisenden unter 40 Jahren** zeigt sich auf Reisen nicht mehr und nicht weniger gestresst als ihre älteren Kollegen (S. 16). Sie stören sich allerdings häufiger am organisatorischen Aufwand für die Reiseplanung, insbesondere an der Reisekostenabrechnung oder – falls notwendig – der Beachtung von rechtlichen Regelungen oder Sicherheitsaspekten (S. 18). Obwohl die jüngeren Geschäftsreisenden häufiger mehrtägige Reisen bevorzugen (S. 13), haben sie mehr Probleme mit der Trennung von der Familie, das Packen der Reisetasche und das frühe Aufstehen und späte nach Hause kommen (S. 23). Die Möglichkeit, die Uhrzeiten der An- und Abreise den persönlichen Vorlieben anzupassen, stellt für sie einen größeren Mehrwert dar als für ältere Geschäftsreisende (S. 57). Die Jüngeren setzen vermehrt auf virtuelle Meetings (S. 33). Sie sehen auch weniger das persönliche Erfolgserlebnis durch persönliche Treffen (S. 35). Unter 40-jährige Geschäftsreisende zeigen sich neuen Mobilitätskonzepten gegenüber deutlich aufgeschlossener: Carsharing als Verkehrsmittel, um sich am Zielort weiterzubewegen, ist für zwei Drittel eine Option (S. 42). Ebenso werden Online-Bezahldienste und mobiles Bezahlen häufiger genutzt (S. 66).

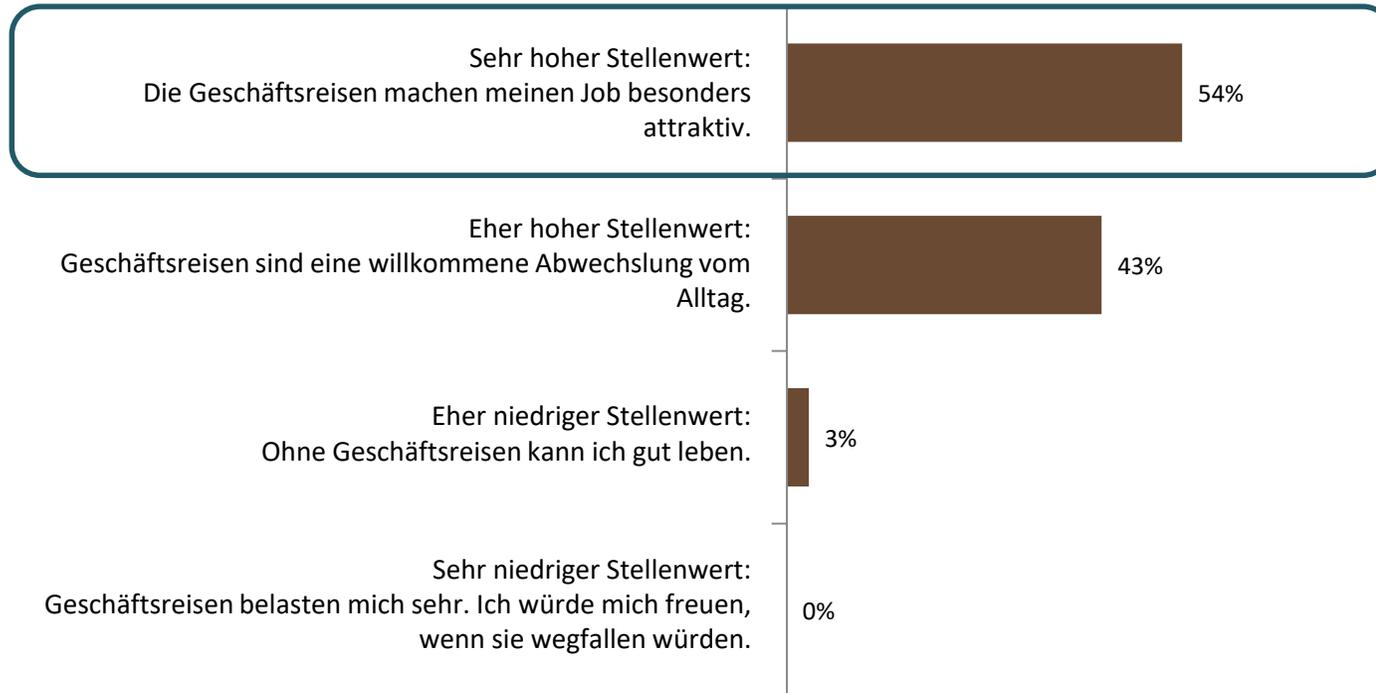
Hinweis: Diese Marktforschungsergebnisse stellen wir Ihnen als **Hintergrundinformation** zur Verfügung.
Statements zu den Studienergebnissen entnehmen Sie bitte den Presseinformationen und Veröffentlichungen des DRV (<https://www.chefsache-businesstravel.de/wissen/studie/>).

Business Travel 2019

STELLENWERT VON GESCHÄFTSREISEN

STELLENWERT VON GESCHÄFTSREISEN

Für mehr als die Hälfte der Geschäftsreisenden machen die Reisetätigkeiten den Job besonders attraktiv. 2015 war es nur jeder Vierte, der den Reisen einen sehr hohen Stellenwert einräumte.



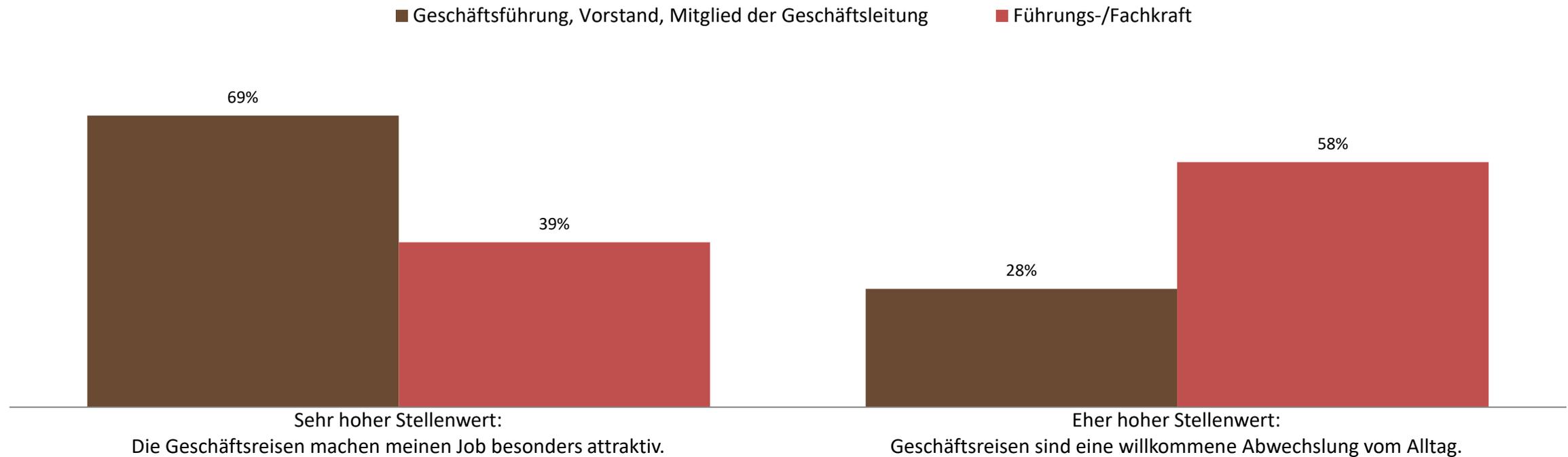
Der Stellenwert von Geschäftsreisen im Zeitverlauf

	2013	2014	2015	2018	2019
Sehr hoher Stellenwert: Die Geschäftsreisen machen meinen Job besonders attraktiv.	40%	30%	26%	45%	54%
Eher hoher Stellenwert: Geschäftsreisen sind eine willkommene Abwechslung vom Alltag.	50%	60%	64%	53%	43%
Eher niedriger Stellenwert: Ohne Geschäftsreisen kann ich gut leben.	9%	10%	20%	2%	3%
Sehr niedriger Stellenwert: Geschäftsreisen belasten mich sehr. Ich würde mich freuen, wenn sie wegfallen würden.	1%	0%	0%	0%	0%

Frage 1: Welchen Stellenwert haben Geschäftsreisen generell für Sie? Basis: Alle Befragten; N = 200 (Einfachnennung)

STELLENWERT VON GESCHÄFTSREISEN

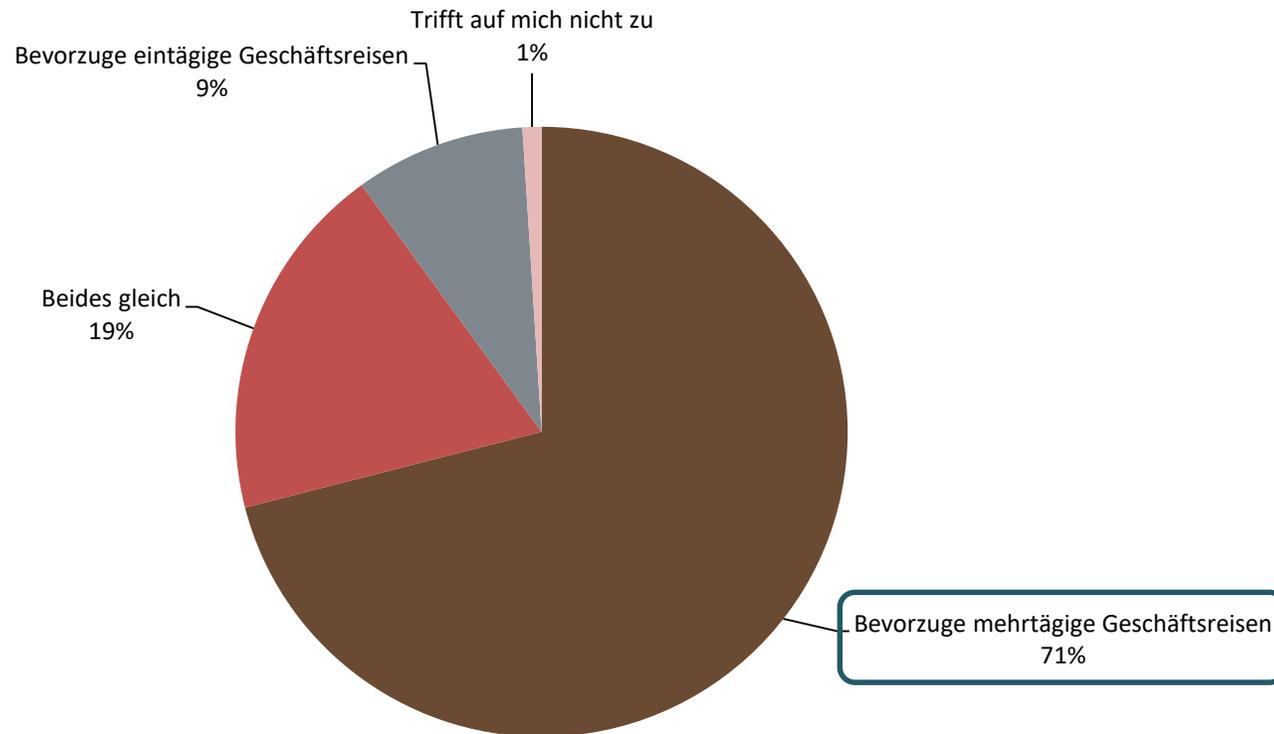
Die erste Führungsebene in Unternehmen räumt Geschäftsreisen einen höheren Stellenwert ein als Führungs- und Fachkräfte. Letztere sehen darin eher eine willkommene Abwechslung vom Alltag.



Frage 1: Welchen Stellenwert haben Geschäftsreisen generell für Sie? Basis: Alle Befragten; N = 200 (Einfachnennung); nicht ausgewiesen: Eher niedriger Stellenwert (jeweils 3%)

STELLENWERT VON GESCHÄFTSREISEN

Sieben von zehn Geschäftsreisenden bevorzugen es, mehrere Tage unterwegs zu sein.



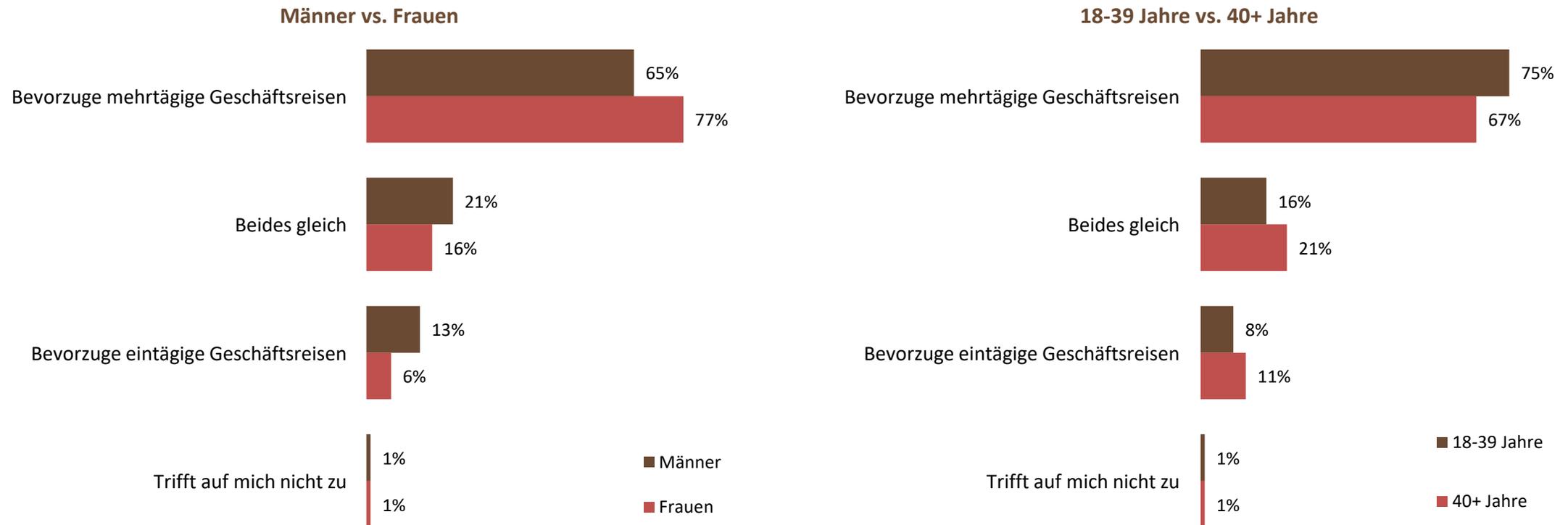
i Mehrtägige vs. eintägige Reisen im Zeitverlauf

	2018	2019
Bevorzuge mehrtägige Geschäftsreisen	58%	71%
Beides gleich	19%	19%
Bevorzuge eintägige Geschäftsreisen	23%	9%
Trifft auf mich nicht zu	-	1%

Frage 2: Bevorzugen Sie eher eintägige Geschäftsreisen ohne Übernachtung oder mehrtägige Geschäftsreisen mit Übernachtung(en)? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

STELLENWERT VON GESCHÄFTSREISEN

Besonders Frauen und unter 40-Jährige haben eine Präferenz für mehrtägige Geschäftsreisen im Vergleich zu eintägigen Reisen.



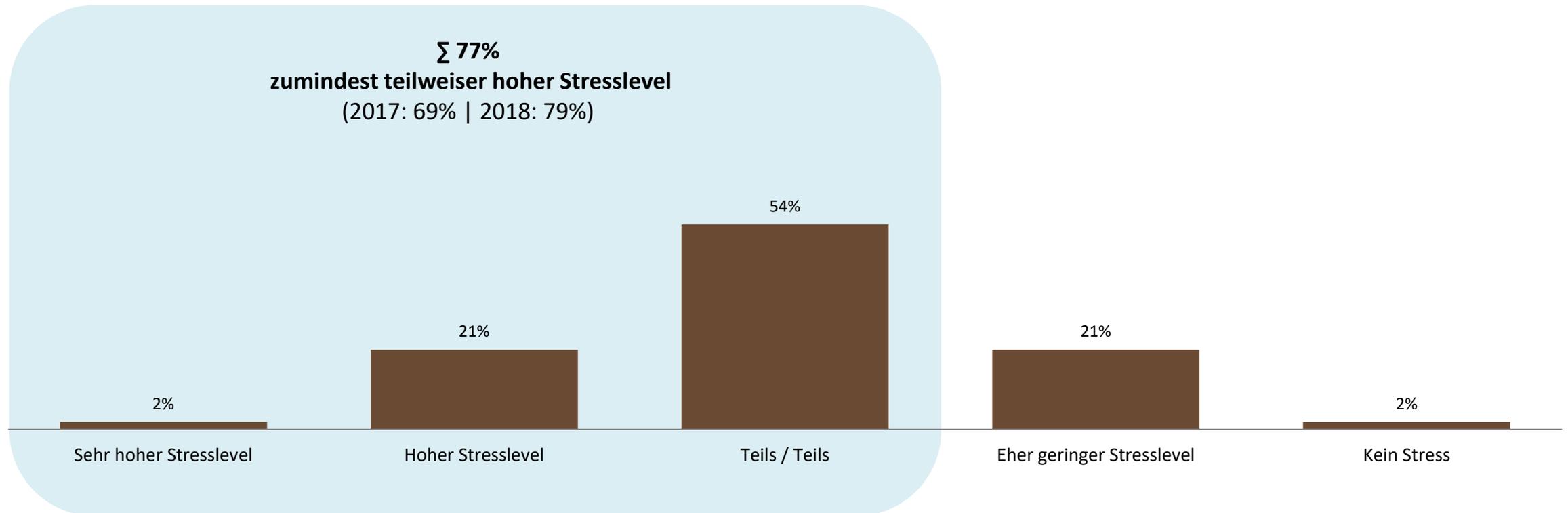
Frage 2: Bevorzugen Sie eher eintägige Geschäftsreisen ohne Übernachtung oder mehrtägige Geschäftsreisen mit Übernachtung(en)? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

Business Travel 2019

ORGANISATION UND ZEITMANAGEMENT

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN

Geschäftsreisen stressen zumindest teilweise drei von vier Reisenden. Fast jeder Vierte empfindet den Stresslevel als hoch oder sehr hoch.



Frage 3: 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 = 200 (Einfachnennung)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN

Je höher die Position im Unternehmen ist, desto höher ist der empfundene Stress auf Geschäftsreisen.

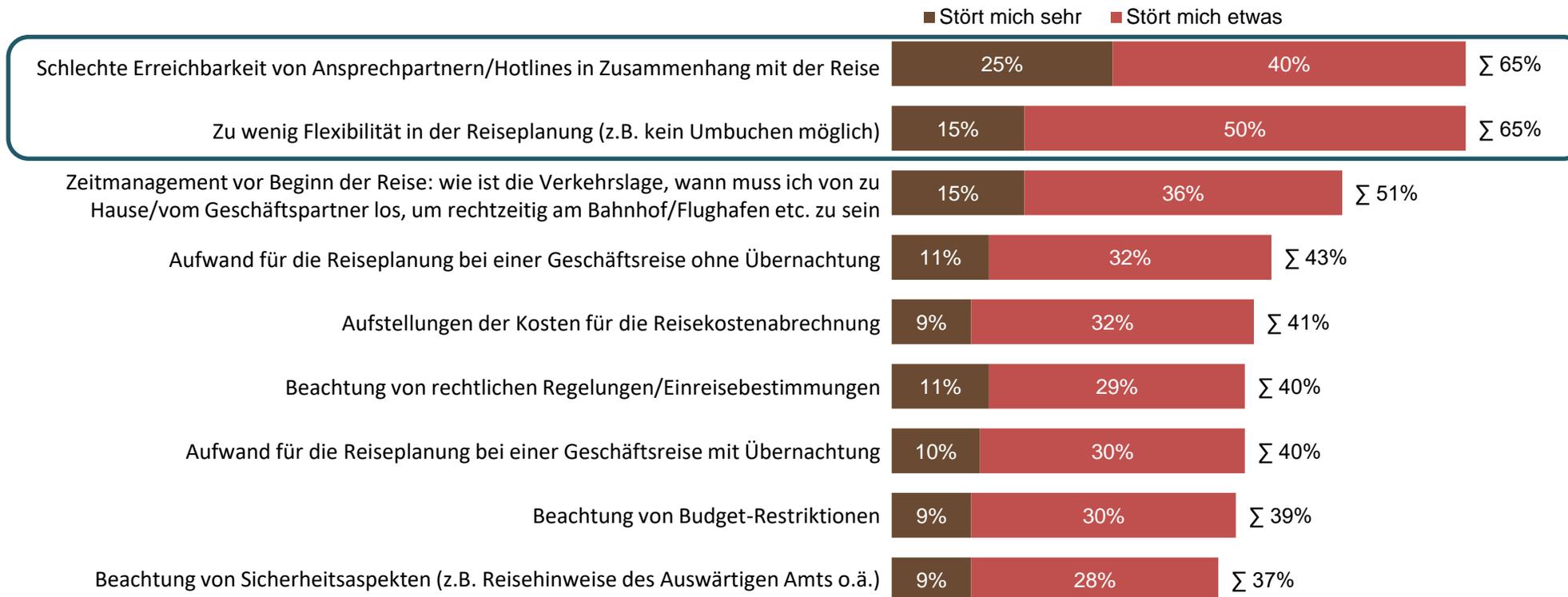
	Geschlecht			Alter		Position im Unternehmen	
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung
Basis	200	100	100	100	100	100	100
Sehr hoher Stresslevel	2%	3%	1%	3%	1%	1%	3%
Hoher Stresslevel	21%	21%	21%	21%	21%	17%	25%
Teils / Teils	54%	53%	55%	57%	51%	52%	56%
Eher geringer Stresslevel	21%	21%	22%	18%	25%	28%	15%
Kein Stress	2%	2%	1%	1%	2%	2%	1%
Top2: Sehr hoher bzw. hoher Stresslevel	23%	24%	22%	24%	22%	18%	28%

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

Frage 3: 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 = 200 (Einfachnennung)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: PLANUNG UND ORGANISATION

Eine schlechte Erreichbarkeit von Ansprechpartnern/Hotlines in Zusammenhang mit der Reisen sowie wenig Flexibilität in der Reiseplanung sind die beiden größten organisatorischen Stressfaktoren.

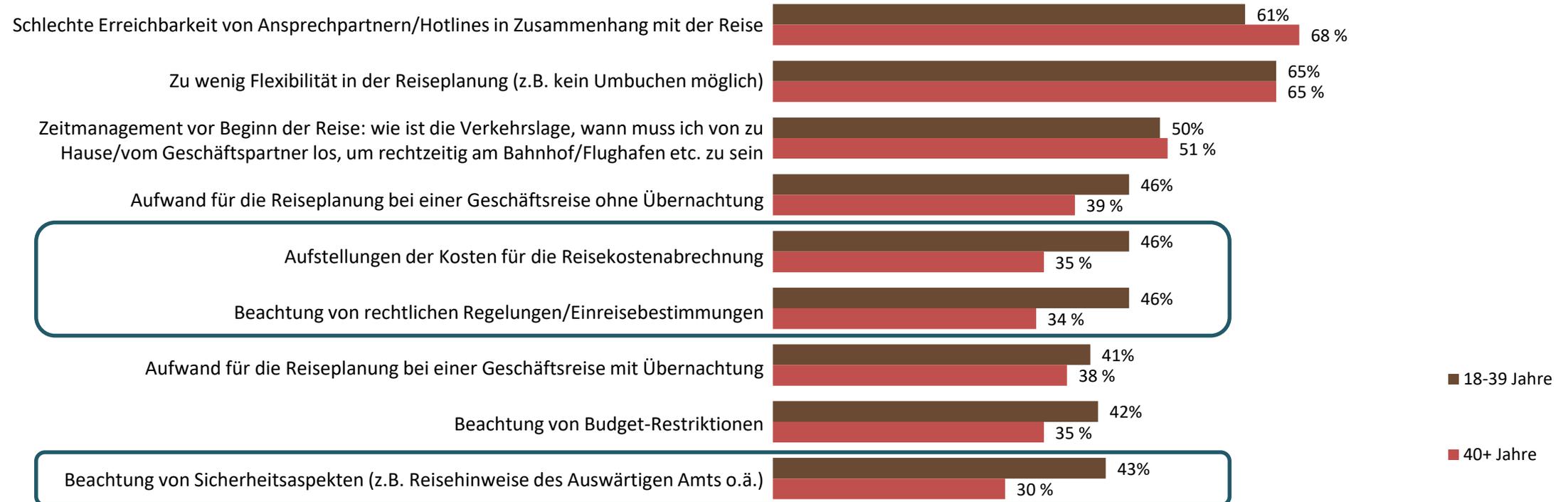


Frage 4: Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte in Zusammenhang mit Geschäftsreisen als störend? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: PLANUNG UND ORGANISATION

Unter 40-Jährige stört in Zusammenhang mit Geschäftsreisen die Aufstellung der Reisekosten sowie die Beachtung von rechtlichen Regelungen oder Sicherheitsaspekten deutlich mehr als über 40-Jährige.

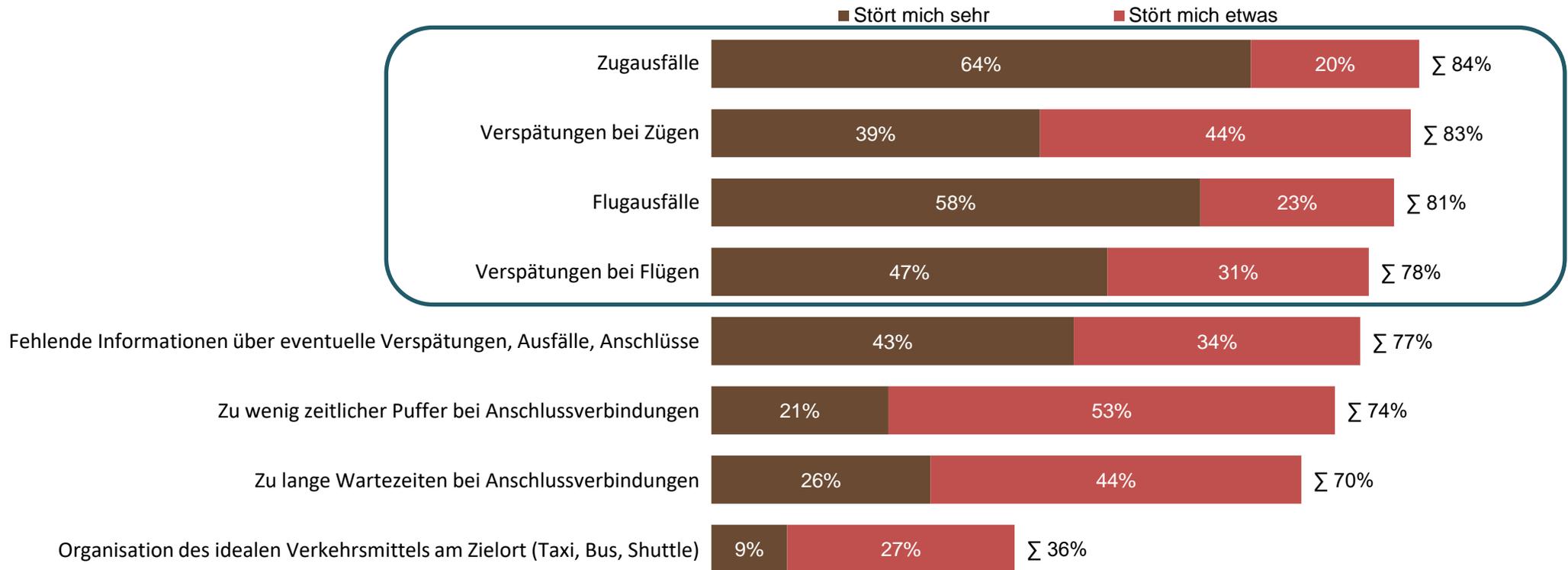
Top2: Stört mich sehr bzw. stört mich etwas



Frage 4: Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte in Zusammenhang mit Geschäftsreisen als störend? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: AUF DER REISE SELBST

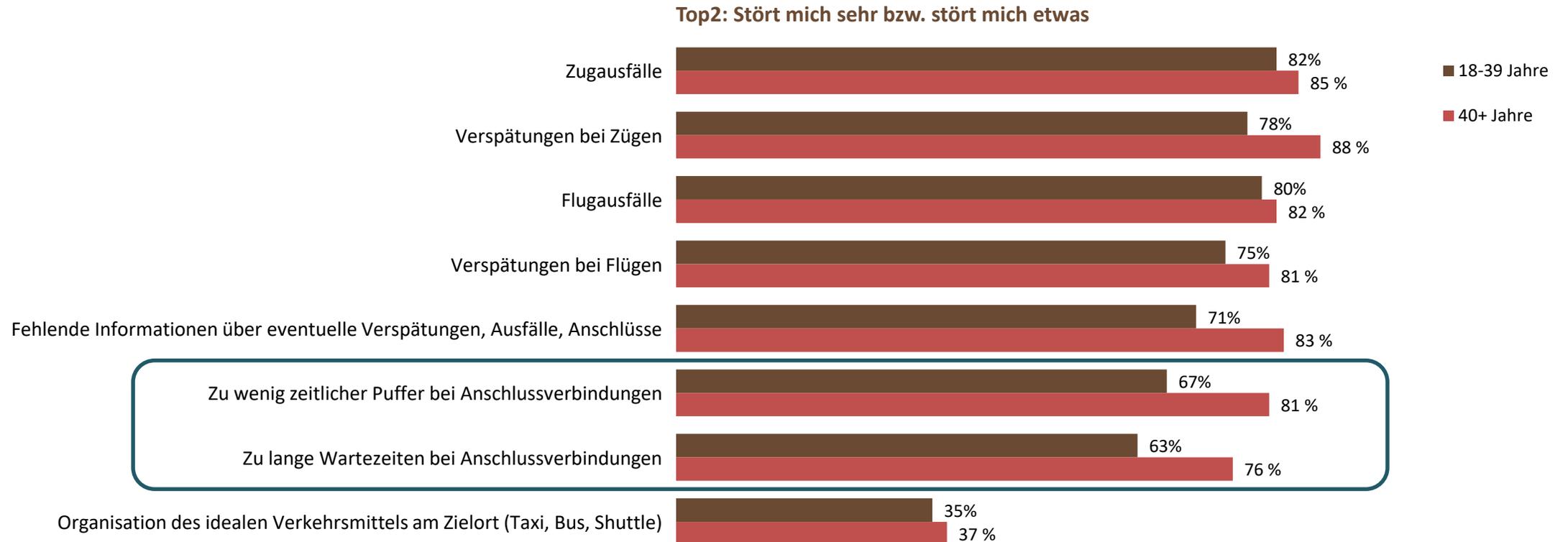
Ausfälle oder Verspätungen bei den Hauptverkehrsmitteln Bahn und Flugzeug ist für die Geschäftsreisenden der größte Störfaktor auf Reisen.



Frage 4: Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte in Zusammenhang mit Geschäftsreisen als störend? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: AUF DER REISE SELBST

Über 40-Jährige stört eine nicht ideale Anschlussverbindung, sei es durch zu wenig oder zu langen zeitlichen Puffer, deutlich mehr als unter 40-Jährige.



Frage 4: Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte in Zusammenhang mit Geschäftsreisen als störend? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: AUF DER REISE SELBST

Wer nicht mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammenarbeitet, beschwert sich eher über Flugverspätungen, fehlende Informationen oder zu lange Wartezeiten bei Anschlussverbindungen.

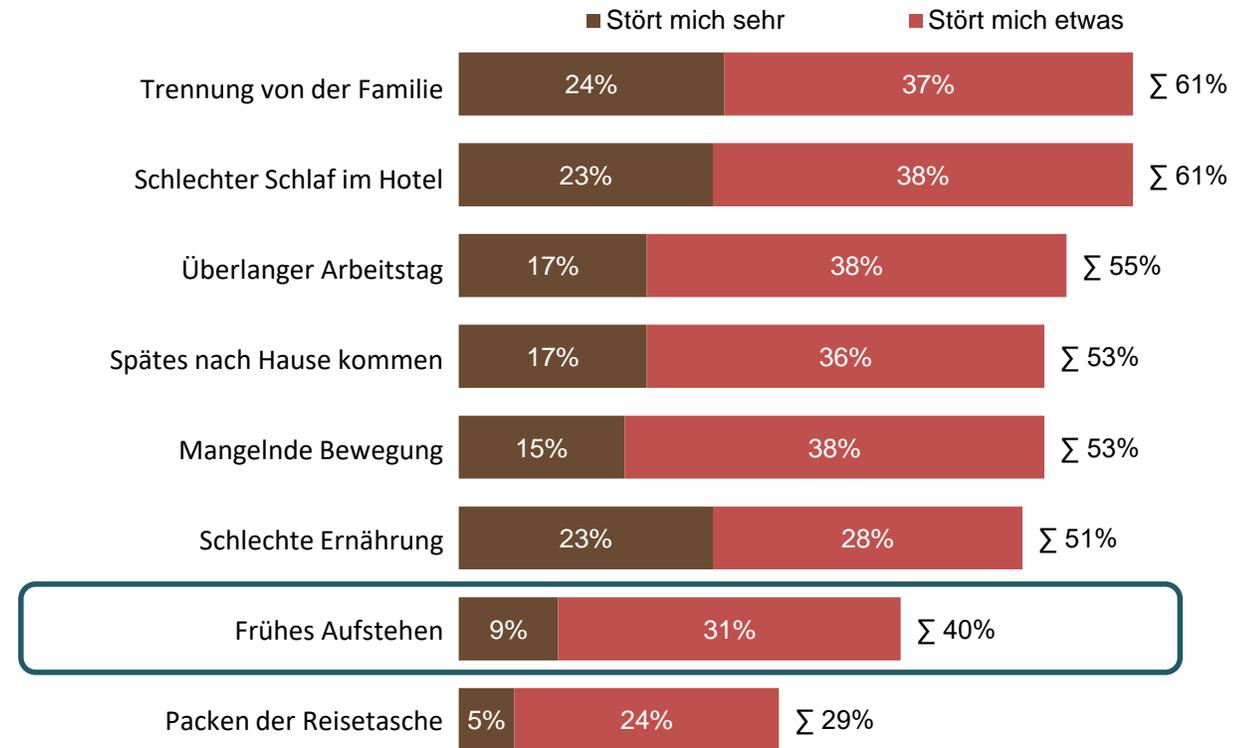
Top2: Stört mich sehr bzw. stört mich etwas	Total	Zusammenarbeit mit professionellem Geschäftsreisebüro*	
		Ja	Nein
Basis	200	110	83
Zugausfälle	84%	84%	87%
Verspätungen bei Zügen	83%	83%	88%
Flugausfälle	81%	80%	86%
Verspätungen bei Flügen	78%	75%	84%
Fehlende Informationen über eventuelle Verspätungen, Ausfälle, Anschlüsse	77%	75%	82%
Zu wenig zeitlicher Puffer bei Anschlussverbindungen	74%	73%	76%
Zu lange Wartezeiten bei Anschlussverbindungen	70%	65%	77%
Organisation des idealen Verkehrsmittels am Zielort (Taxi, Bus, Shuttle)	36%	40%	33%

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

Frage 4: Inwieweit empfinden Sie die folgenden Aspekte in Zusammenhang mit Geschäftsreisen als störend? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2) * Ohne ‚weiß nicht‘

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: STÖRUNGEN IM ALLTÄGLICHEN ABLAUF

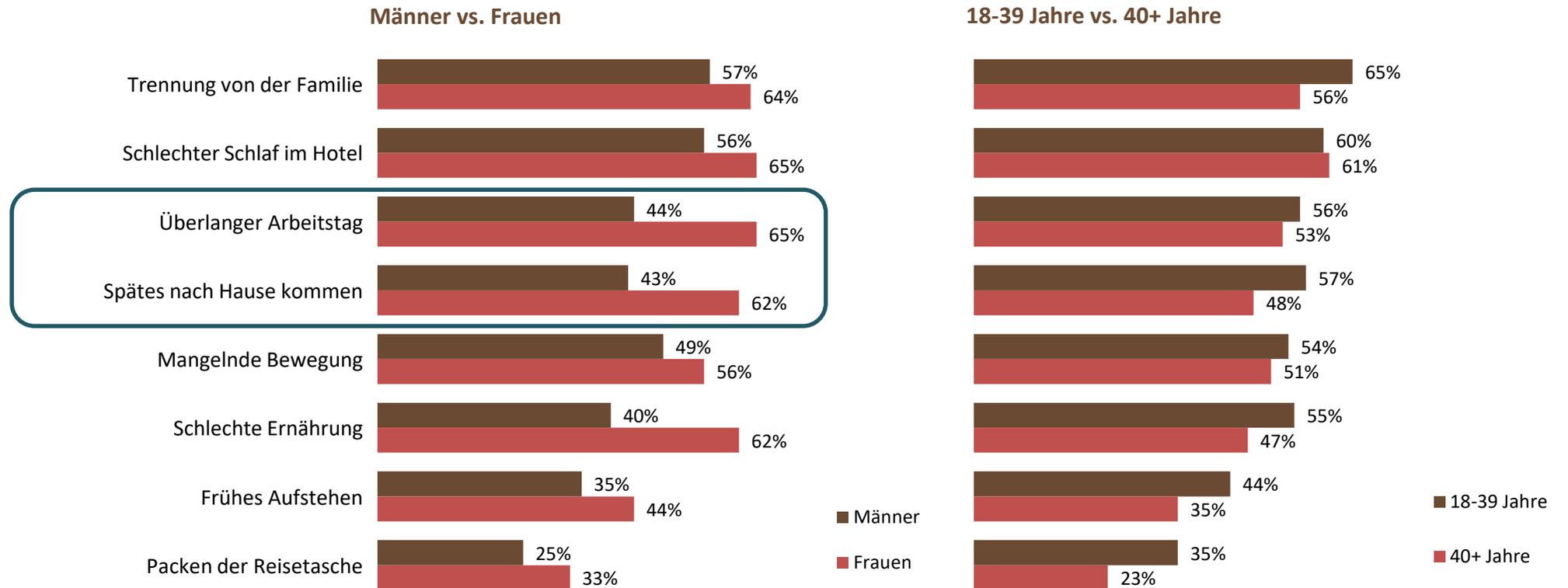
Vier von zehn Geschäftsreisenden fällt das frühe Aufstehen an Reisetagen schwer.



Frage 9b: Geschäftsreisen beeinflussen auch den normalen, alltäglichen Ablauf. Inwieweit stören Sie die folgenden Aspekte, wenn Sie auf Geschäftsreise gehen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

STRESS AUF GESCHÄFTSREISEN: STÖRUNGEN IM ALLTÄGLICHEN ABLAUF

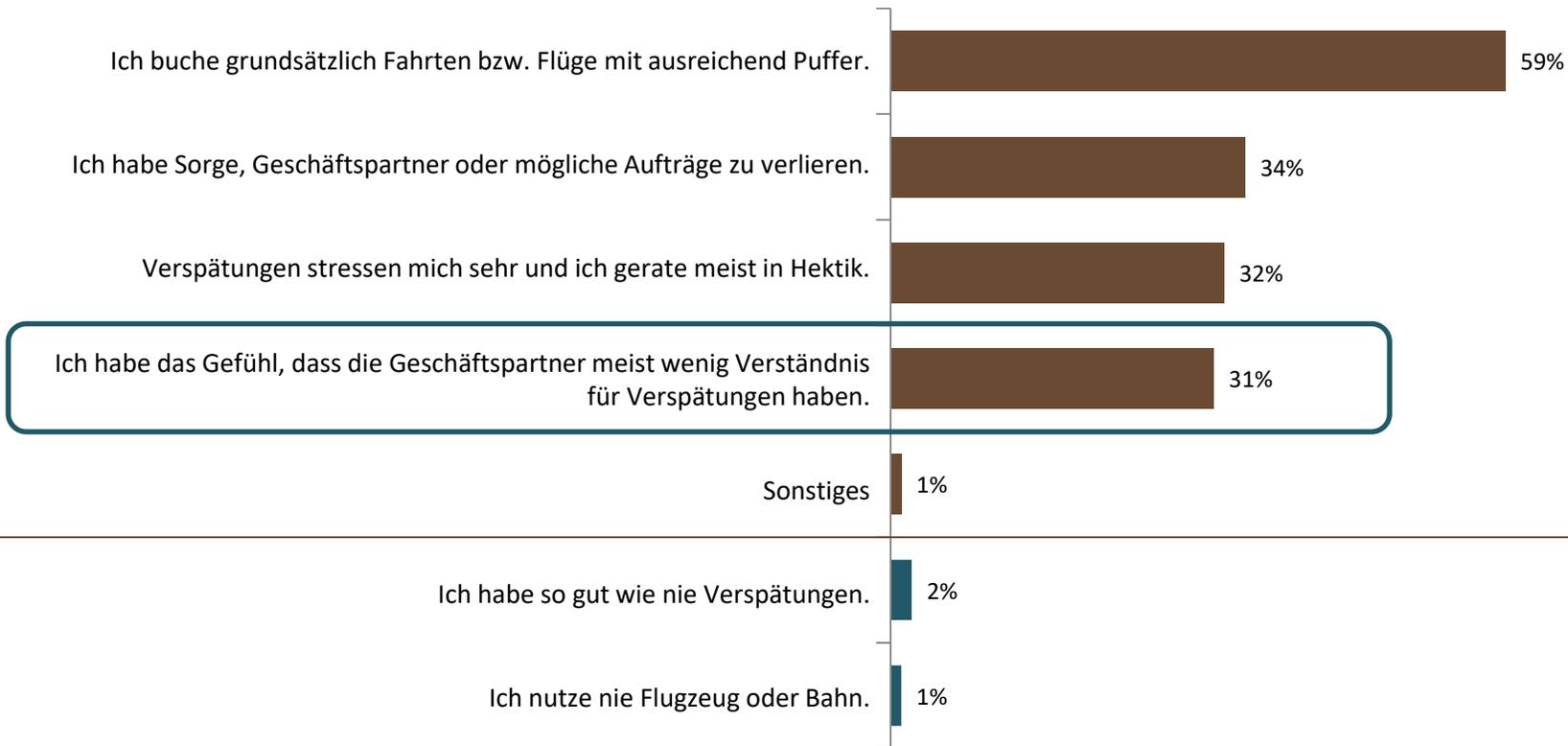
Knapp zwei Drittel der weiblichen Geschäftsreisenden stört der überlange Arbeitstag und das späte nach Hause kommen.



Frage 9b: Geschäftsreisen beeinflussen auch den normalen, alltäglichen Ablauf. Inwieweit stören Sie die folgenden Aspekte, wenn Sie auf Geschäftsreise gehen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stört mich sehr/Stört mich etwas/Stört mich eher nicht/Stört mich gar nicht/Kommt nicht vor, betrifft mich nicht; hier ausgewiesen: Top2)

VERSPÄTUNGEN BEI FLÜGEN ODER BAHNFAHRTEN

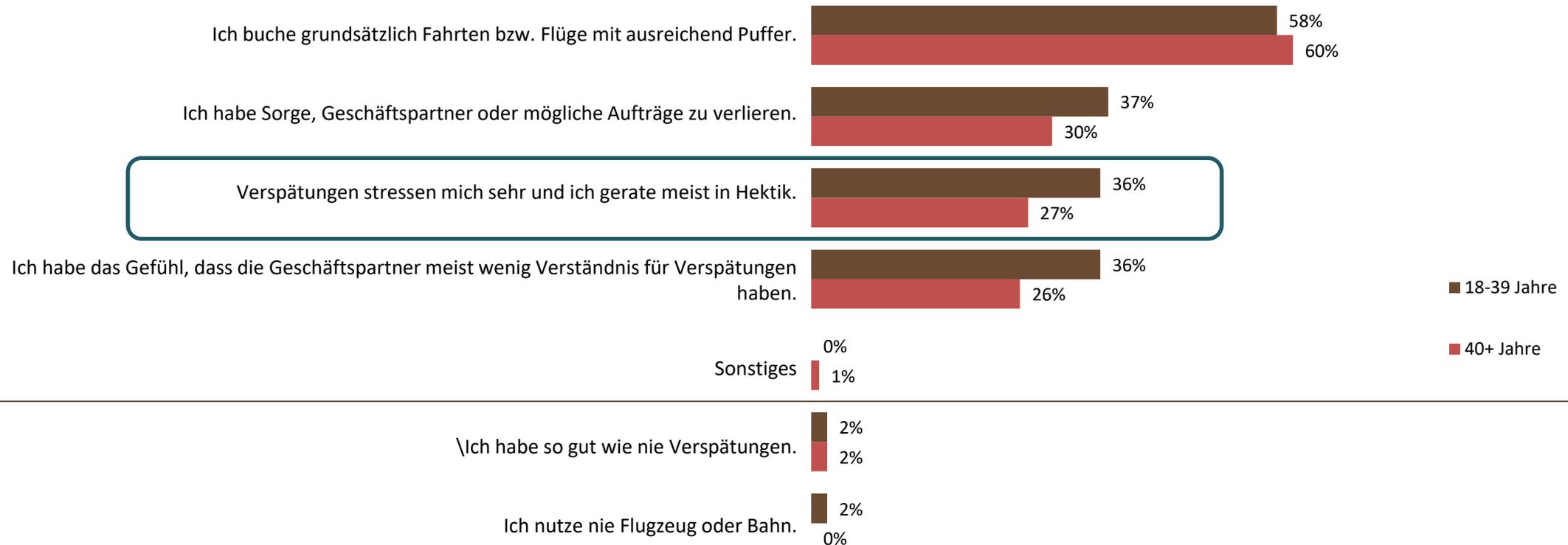
Knapp ein Drittel der Reisenden hat das Gefühl, dass Geschäftspartner wenig Verständnis für Verspätungen haben.



Frage 5a: Wie gehen Sie mit Verspätungen bei Flügen oder Bahnfahrten auf Geschäftsreisen um? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

VERSPÄTUNGEN BEI FLÜGEN ODER BAHNFAHRTEN

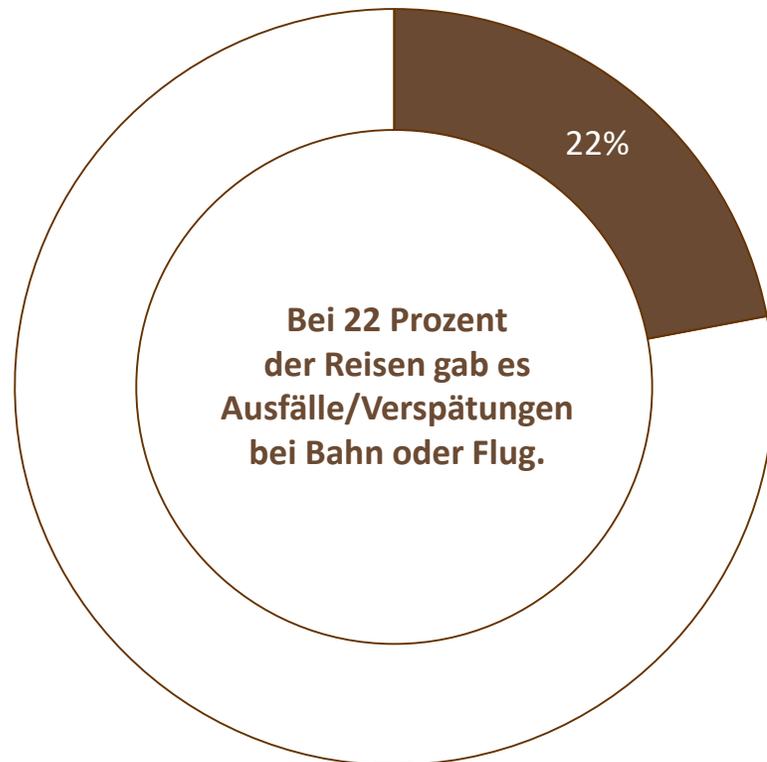
Mehr als jeder dritte unter 40-Jährige fühlt sich durch Verspätungen gestresst und gerät in Hektik. Bei den älteren Geschäftsreisenden ist es nur jeder Vierte.



Frage 5a: Wie gehen Sie mit Verspätungen bei Flügen oder Bahnfahrten auf Geschäftsreisen um? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

VERSPÄTUNGEN BEI FLÜGEN ODER BAHNFAHRTEN

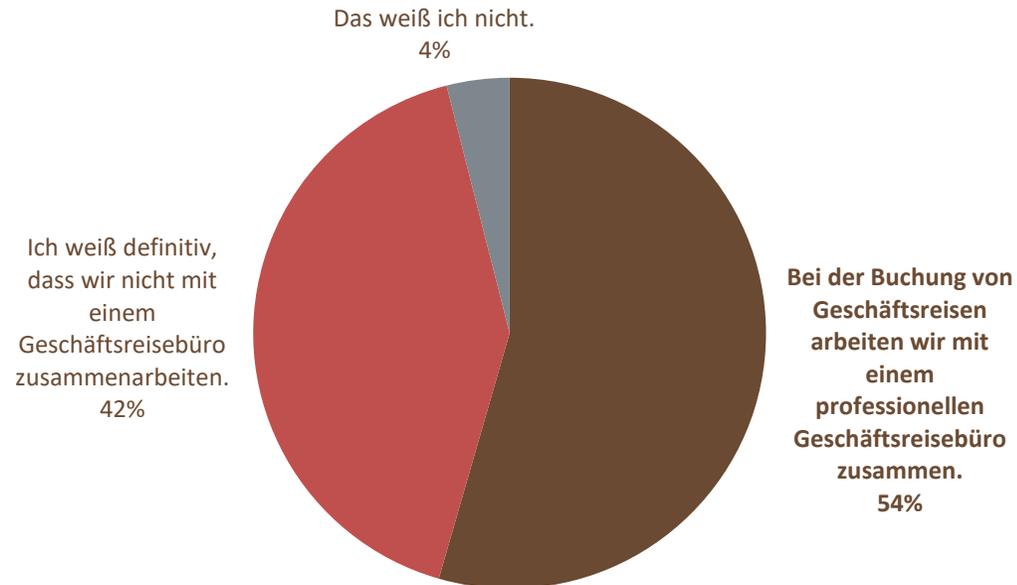
Bei mehr als jeder fünften Geschäftsreise kam es in den letzten 12 Monaten zu Verspätungen. Bei mehr als der Hälfte dieser verspäteten Reisen konnte daraufhin auch der Termin nicht pünktlich wahrgenommen werden.



Frage 5b: Was schätzen Sie: Bei wie viel Prozent Ihrer Geschäftsreisen in den letzten 12 Monaten kam es bei den Verkehrsmitteln zu Ausfällen oder Verspätungen? Und bei wie viel Prozent Ihrer Geschäftsreisen sind Sie aus diesem Grund auch tatsächlich zu spät zum Termin gekommen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Offene Abfrage)

BUCHUNG VON GESCHÄFTSREISEN

Über die Hälfte der befragten Geschäftsreisenden arbeitet mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen – unter den Vielreisenden sind es sogar knapp zwei Drittel.

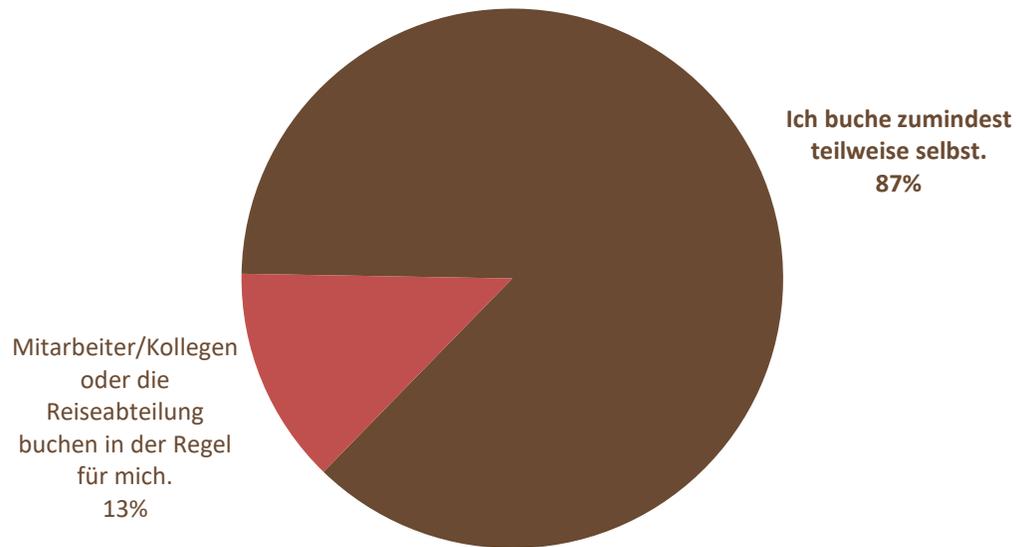


	Anzahl Geschäftsreisen	
	1-2 pro Monat	3 oder mehr pro Monat
Basis	114	86
Bei der Buchung von Geschäftsreisen arbeiten wir mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen. Ich, meine Mitarbeiter/Kollegen oder die Reiseabteilung wickeln die Buchungen also über das professionelle Geschäftsreisebüro ab.	48%	64%
Ich weiß definitiv, dass wir nicht mit einem Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten.	48%	33%
Das weiß ich nicht.	4%	3%

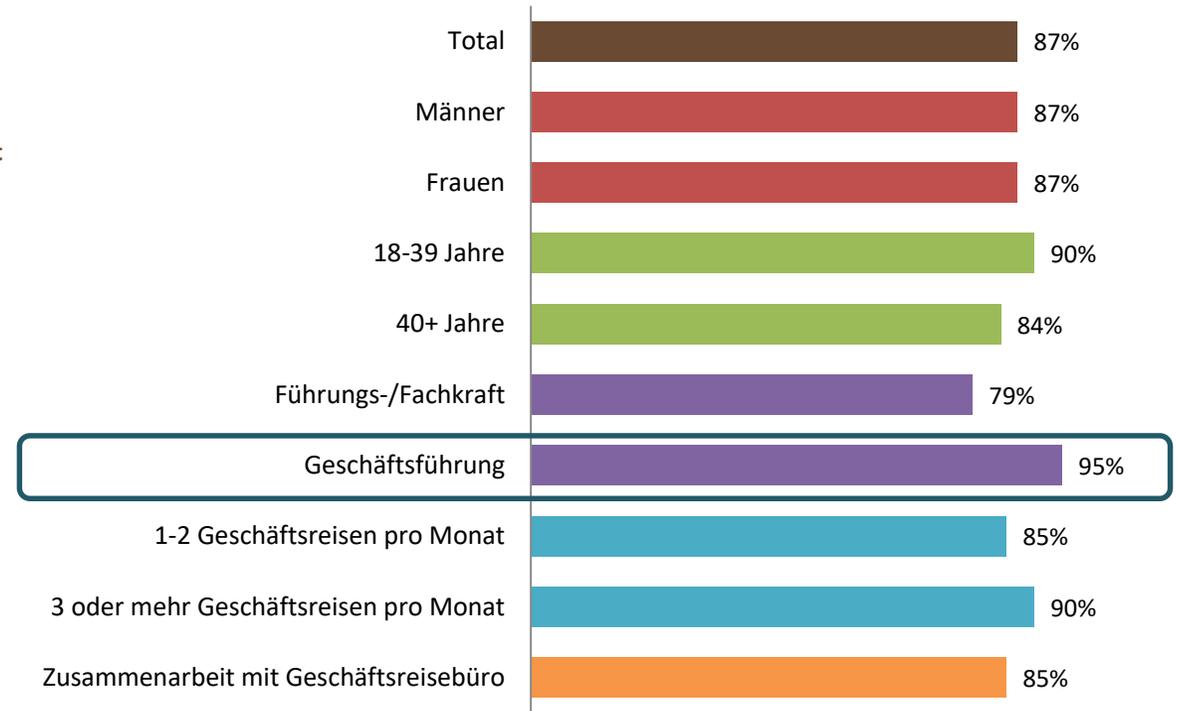
Frage 6: Arbeitet Ihr Unternehmen bei Buchungen mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

BUCHUNG VON GESCHÄFTSREISEN

87 Prozent der Geschäftsreisenden buchen ihre Reise zumindest teilweise selbst. Unter den Geschäftsführern sind es sogar 95 Prozent.



Ich buche zumindest teilweise selbst:



Frage 7a: Buchen Sie Ihre Geschäftsreisen zumindest teilweise selbst oder buchen Ihre Mitarbeiter/Kollegen in der Regel für Sie? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

EVENTMANAGEMENT

Für 87 Prozent der Geschäftsführer wäre eine Auslagerung des Eventmanagements an ein professionelles Geschäftsreisebüro von Interesse.

	Total	Position im Unternehmen		Zusammenarbeit mit professionellem Geschäftsreisebüro*	
		Führungs-/ Fachkraft	Geschäftsführung	Ja	Nein
Basis	200	100	100	110	83
Sehr interessant	37%	27%	47%	41%	30%
Eher interessant	47%	53%	40%	46%	47%
Eher uninteressant	9%	8%	10%	5%	16%
Völlig uninteressant	2%	3%	1%	2%	2%
Das übernimmt derzeit schon unser Geschäftsreisebüro	3%	5%	1%	5%	-
Das Thema betrifft uns nicht.	2%	4%	1%	1%	5%
Top2: Sehr interessant bzw. eher interessant	84%	80%	87%	87%	77%

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

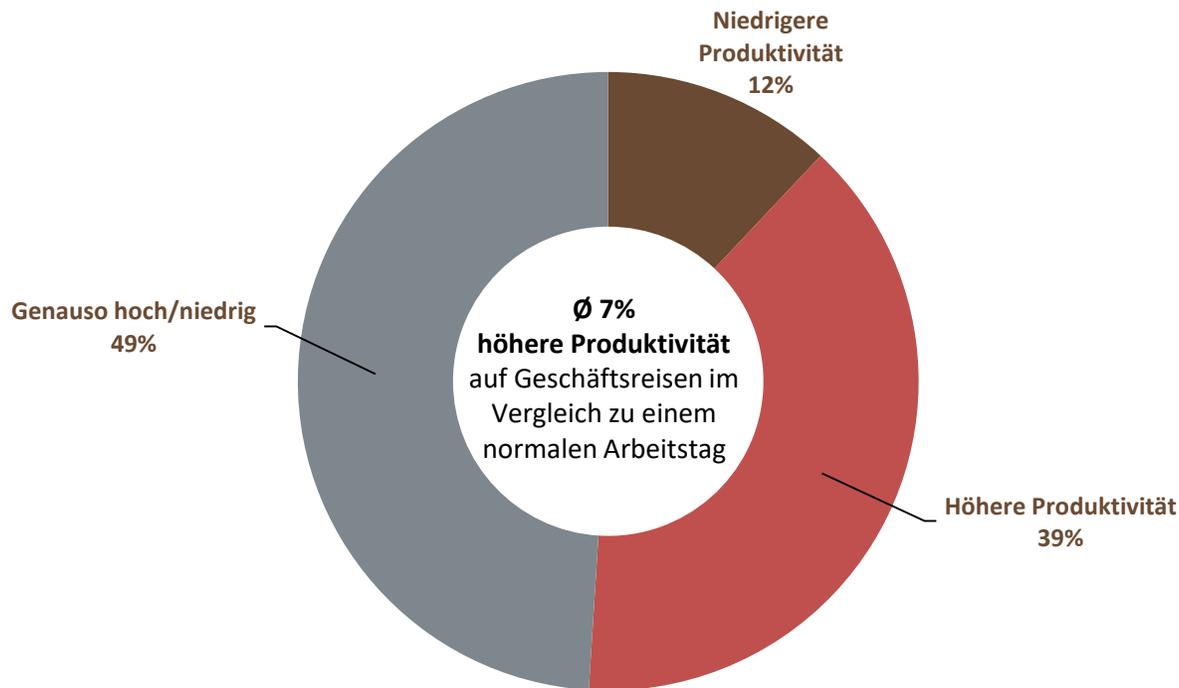
Frage 7b: Inwieweit wäre es für Ihr Unternehmen interessant, die Organisation von Meetings oder Firmenveranstaltung zentral an ein professionelles Geschäftsreisebüro zu vergeben? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)
* Ohne „Weiß nicht“

Business Travel 2019

PRODUKTIVITÄT VON UND AUF GESCHÄFTSREISEN

PRODUKTIVITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

Knapp vier von zehn Geschäftsreisenden sind auf Reisen produktiver als im Büro. Unterm Strich wird die Produktivität auf Reisen im Vergleich zum normalen Arbeitstag um 7 Prozent höher eingestuft.



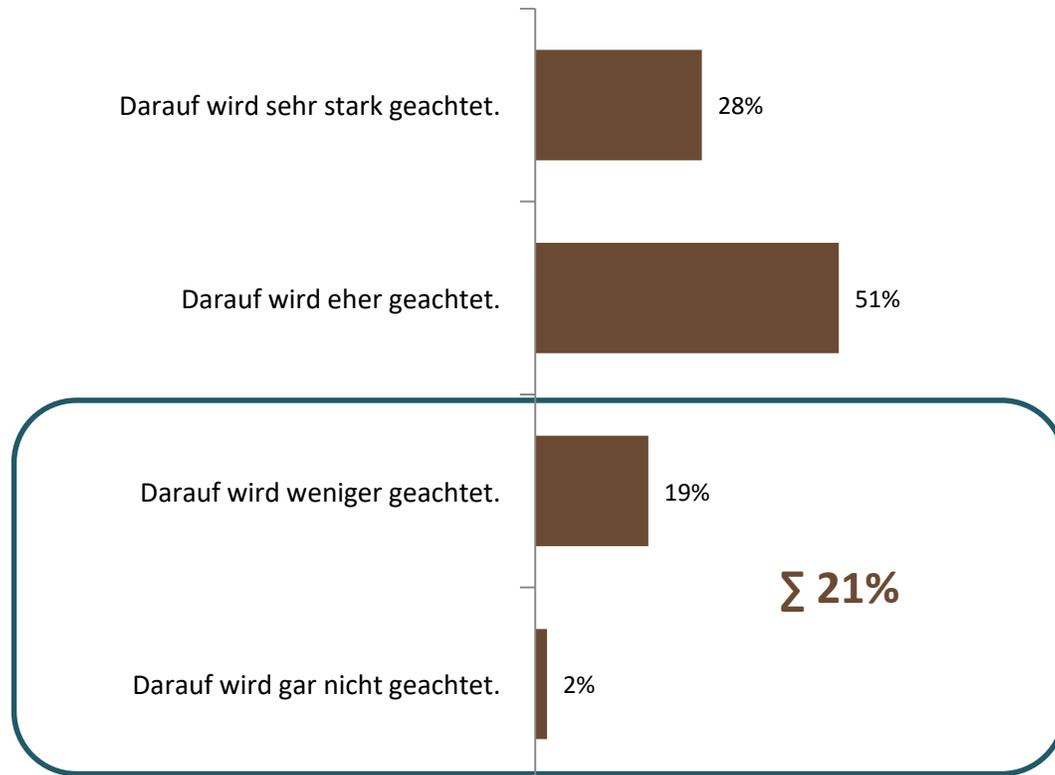
Produktivität auf Reisen im Zeitverlauf

	2018	2019
Niedrigere Produktivität	15%	12%
Höhere Produktivität	35%	39%
Genauso hoch/niedrig	50%	49%
Ø prozentuale Veränderung der Produktivität im Vergleich zu einem Arbeitstag im Unternehmen	+ 5%	+ 7%

Frage 8/9a: Wie schätzen Sie Ihre Produktivität auf Geschäftsreisen im Vergleich zu einem Arbeitstag im Unternehmen ein? Was schätzen Sie: um wie viel Prozent ist Ihre Produktivität auf Geschäftsreisen im Vergleich zu einem Arbeitstag im Unternehmen niedriger bzw. höher? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

PRODUKTIVITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

In jedem fünften Unternehmen wird bei der Buchung von Geschäftsreisen weniger oder gar nicht auf eine möglichst hohe Produktivität der reisenden Mitarbeiter geachtet.



	Anzahl Geschäftsreisen		Zusammenarbeit mit Geschäftsreisebüro*		
	1-2 Reisen pro Monat	3 oder mehr pro Monat	Ja	Nein	
	Basis	114	86	110	83
Darauf wird sehr stark geachtet.	22%	35%	32%	24%	
Darauf wird eher geachtet.	51%	51%	53%	48%	
Darauf wird weniger geachtet.	24%	13%	13%	25%	
Darauf wird gar nicht geachtet.	3%	1%	2%	3%	
Top2: Darauf wird sehr stark bzw. eher geachtet.	73%	86%	85%	72%	

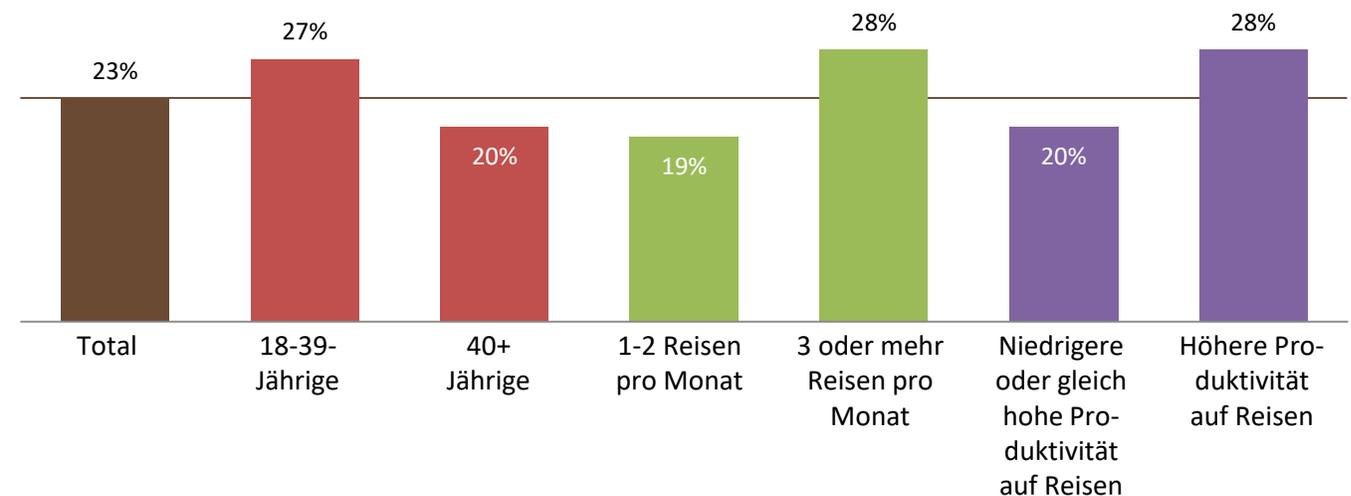
Frage 10: Wie sehr wird in Ihrem Unternehmen bei Buchungen von Geschäftsreisen auf eine möglichst hohe Produktivität der Mitarbeiter geachtet? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

* Ohne „Weiß nicht“

PERSÖNLICHE VERSUS VIRTUELLE MEETINGS

Nahezu jede vierte Geschäftsreise wurde 2018 durch ein virtuelles Meeting ersetzt. Besonders hoch ist der Anteil bei unter 40-Jährigen, Vielreisenden oder Reisenden mit hoher Produktivität.

Anteil der durch virtuelle Meetings ersetztten Geschäftsreisen:

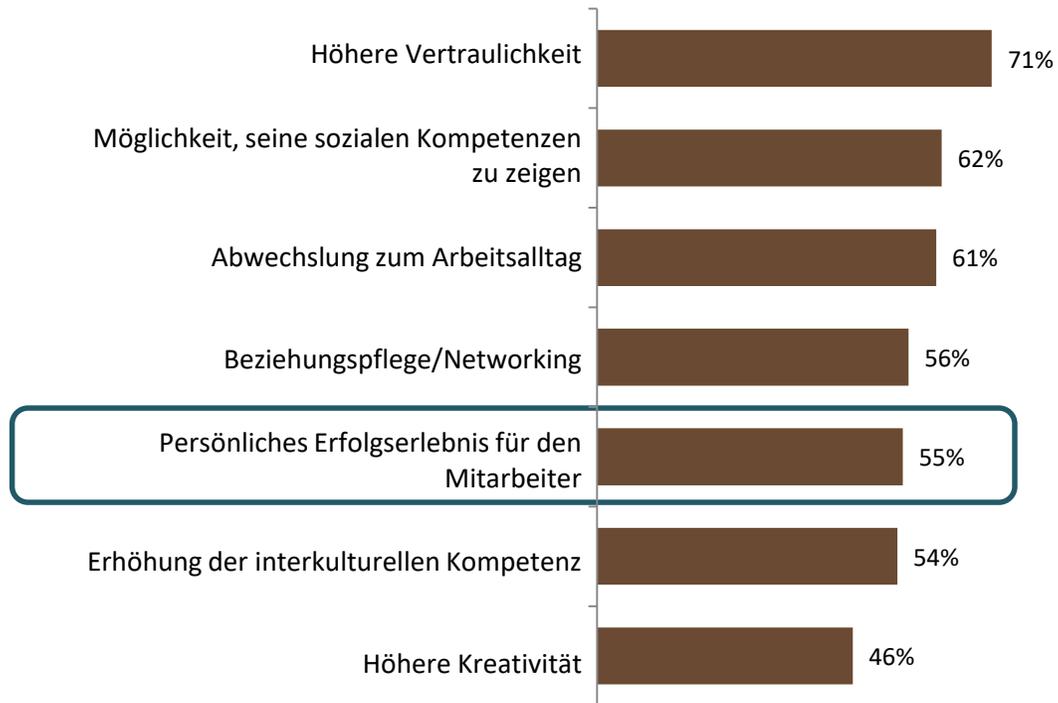


Frage 11: Statt eines persönlichen Treffens mit Kunden bzw. (potenziellen) Geschäftspartnern im Rahmen einer Geschäftsreise könnten auch virtuelle Meetings über digitale Kanäle (Skype o.ä.) organisiert werden. Was schätzen Sie: Wie viel Prozent der Geschäftsreisen in Ihrem Unternehmen wurden im letzten Jahr durch virtuelle Meetings über digitale Kanäle ersetzt? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Offene Abfrage)

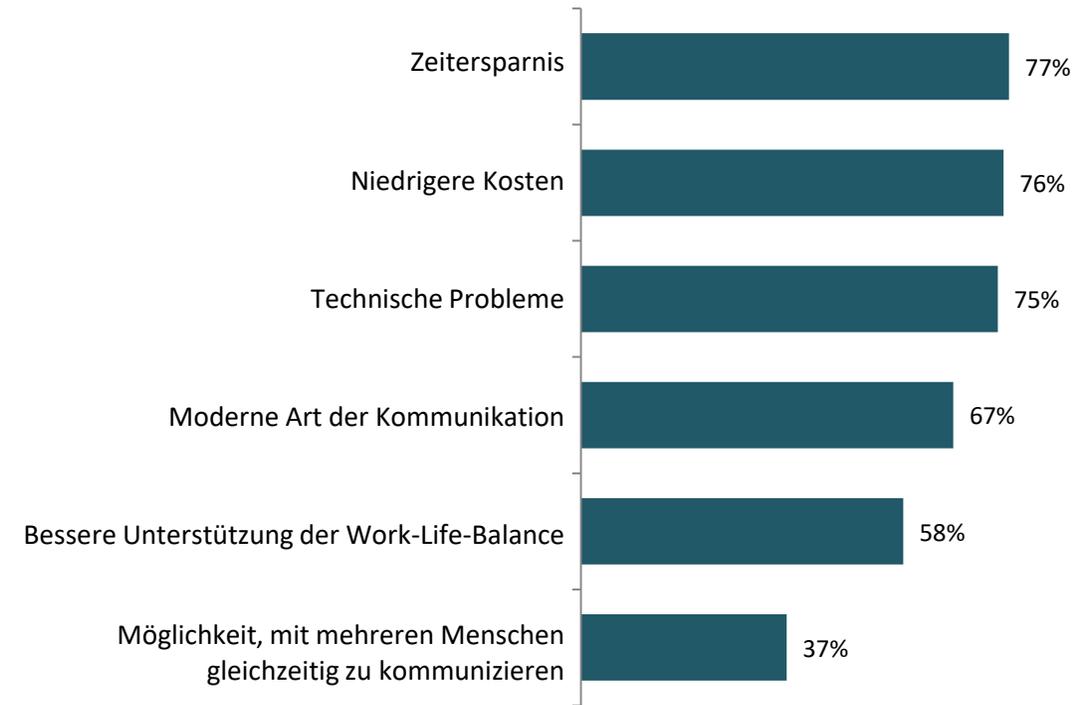
PERSÖNLICHE VERSUS VIRTUELLE MEETINGS

Für mehr als jeden zweiten Geschäftsreisenden ist das persönliche Erfolgserlebnis bei persönlichen Meetings höher als beim Austausch über virtuelle Kanäle.

Trifft eher auf persönliche Meetings zu



Trifft eher auf virtuelle Meetings zu



Frage 12: Wenn Sie einmal persönliche Treffen mit Geschäftspartnern mit virtuellen Meetings über digitale Kanäle vergleichen: Wo liegen die Vor- und Nachteile? Bitte geben Sie zu jedem der folgenden Aspekte an, ob das eher bei einem persönlichen Treffen oder einem virtuellen Treffen zu erwarten ist! Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage, nicht ausgewiesen: Trifft auf beides gleichermaßen zu)

PERSÖNLICHE VERSUS VIRTUELLE MEETINGS

Zwei Drittel der über 40-Jährigen sehen persönliche Meetings besser geeignet für die Beziehungspflege. Bei den Jüngeren teilt noch nicht einmal jeder Zweite diese Meinung.

Gründe für persönliche Meetings	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen pro Monat		
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	1-2 Reisen	3 oder mehr Reisen
	Basis	200	100	100	100	100	86
Höhere Vertraulichkeit	71%	67%	74%	71%	70%	72%	69%
Möglichkeit, seine sozialen Kompetenzen zu zeigen	62%	57%	67%	55%	69%	62%	62%
Abwechslung zum Arbeitsalltag	61%	59%	62%	61%	60%	64%	56%
Beziehungspflege/Networking	56%	56%	55%	45%	66%	57%	53%
Persönliches Erfolgserlebnis für den Mitarbeiter	55%	50%	59%	47%	62%	61%	47%
Erhöhung der interkulturellen Kompetenz	54%	52%	55%	55%	52%	54%	52%
Höhere Kreativität	46%	42%	49%	44%	47%	45%	47%

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

Frage 12: Wenn Sie einmal persönliche Treffen mit Geschäftspartnern mit virtuellen Meetings über digitale Kanäle vergleichen: Wo liegen die Vor- und Nachteile? Bitte geben Sie zu jedem der folgenden Aspekte an, ob das eher bei einem persönlichen Treffen oder einem virtuellen Treffen zu erwarten ist! Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

PERSÖNLICHE VERSUS VIRTUELLE MEETINGS

Niedrigere Kosten sind für Frauen das Hauptargument für virtuelle Meetings, bei Männern ist es die Zeitersparnis.

Gründe für virtuelle Meetings	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen pro Monat		
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	1-2 Reisen	3 oder mehr Reisen
Basis	200	100	100	100	100	114	86
Zeitersparnis	77%	79%	75%	77%	77%	81%	72%
Niedrigere Kosten	76%	68%	83%	76%	75%	77%	73%
Technische Probleme	75%	70%	79%	72%	77%	75%	73%
Moderne Art der Kommunikation	67%	67%	67%	67%	67%	67%	67%
Bessere Unterstützung der Work-Life-Balance	58%	60%	56%	60%	56%	56%	60%
Möglichkeit, mit mehreren Menschen gleichzeitig zu kommunizieren	37%	43%	31%	37%	37%	39%	35%

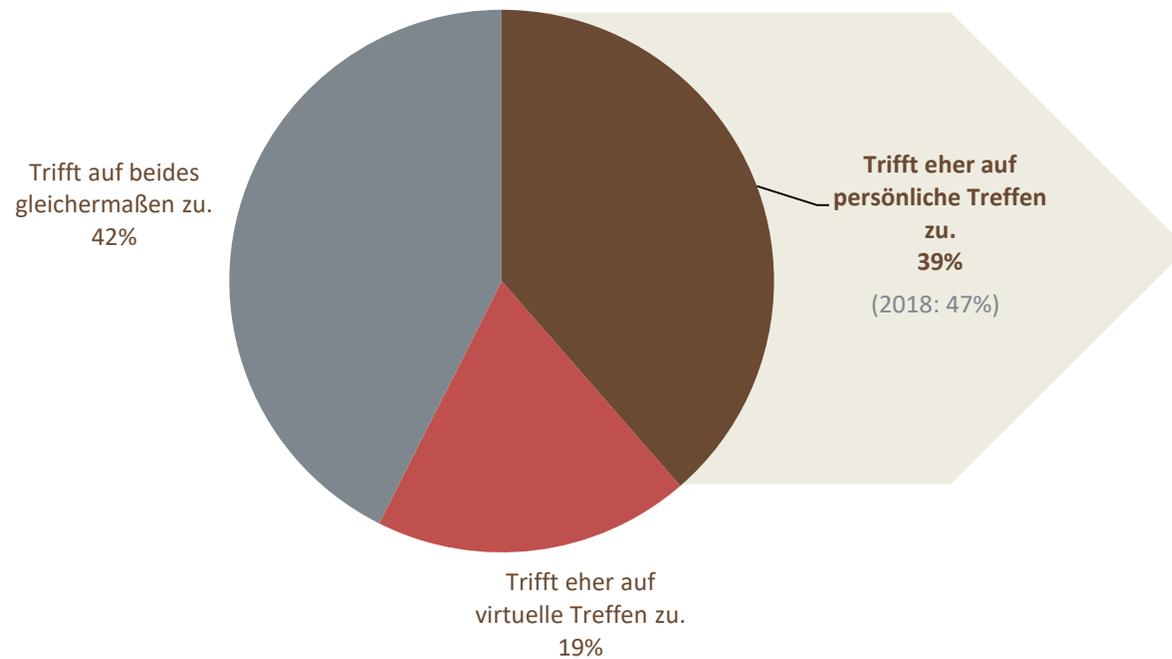
■ 5 Prozentpunkte und mehr unter Gesamtdurchschnitt
 ■ 5 Prozentpunkte und mehr über Gesamtdurchschnitt

Frage 12: Wenn Sie einmal persönliche Treffen mit Geschäftspartnern mit virtuellen Meetings über digitale Kanäle vergleichen: Wo liegen die Vor- und Nachteile? Bitte geben Sie zu jedem der folgenden Aspekte an, ob das eher bei einem persönlichen Treffen oder einem virtuellen Treffen zu erwarten ist! Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

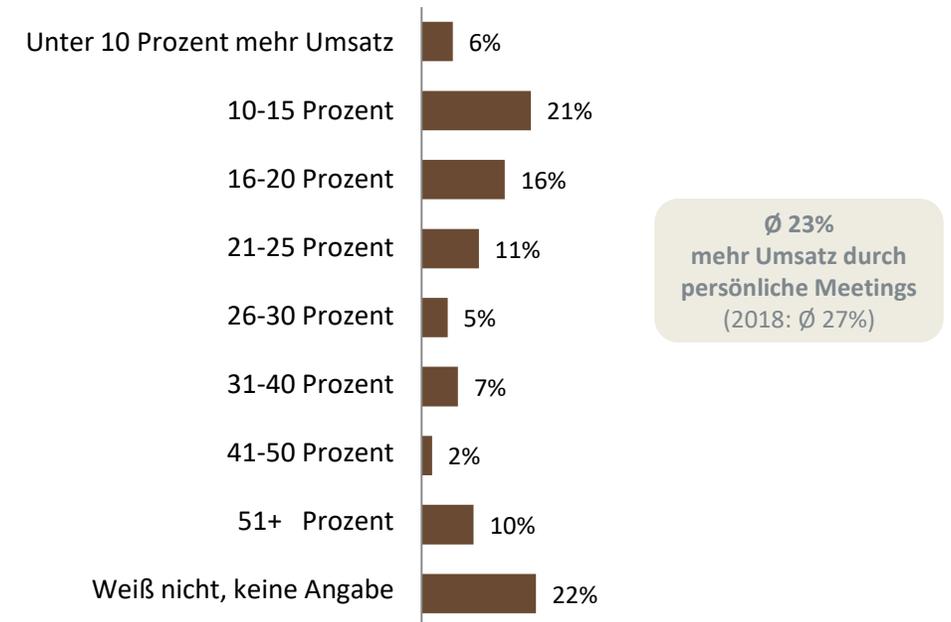
PERSÖNLICHE VERSUS VIRTUELLE MEETINGS

Vier von zehn Geschäftsreisenden sehen bei persönlichen Meetings mehr Möglichkeiten, Geschäfte abzuschließen: im Schnitt erwarten sie 23 Prozent mehr Umsatz.

Möglichkeit, mehr Umsatz zu generieren



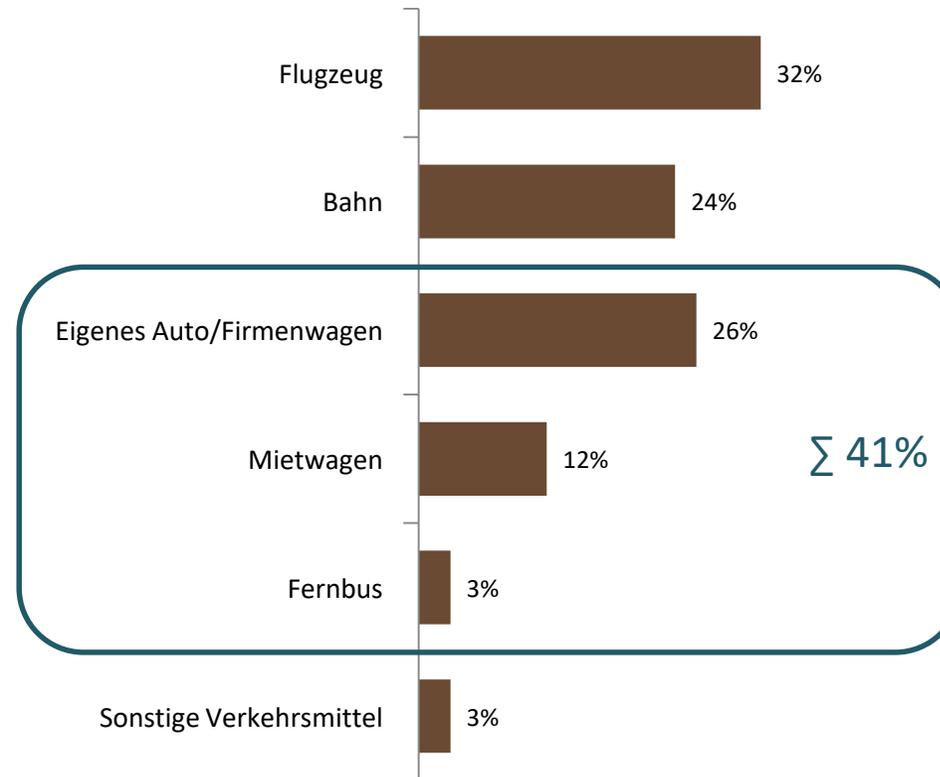
Erwartete Umsatzsteigerung durch persönliche Meetings pro Jahr



Frage 12 (linke Grafik): Bitte geben Sie zu jedem der folgenden Aspekte an, ob das eher bei einem persönlichen Treffen oder einem virtuellen Treffen zu erwarten ist! Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage); Frage 13 (rechte Grafik): Was schätzen Sie: Wie viel Prozent mehr Umsatz sind das über das Jahr gerechnet? Basis: Geschäftsreisende, die die Möglichkeit, mehr Umsatz zu generieren, eher einem persönlichen Treffen zuordnen, N = 77 (Offene Abfrage)

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

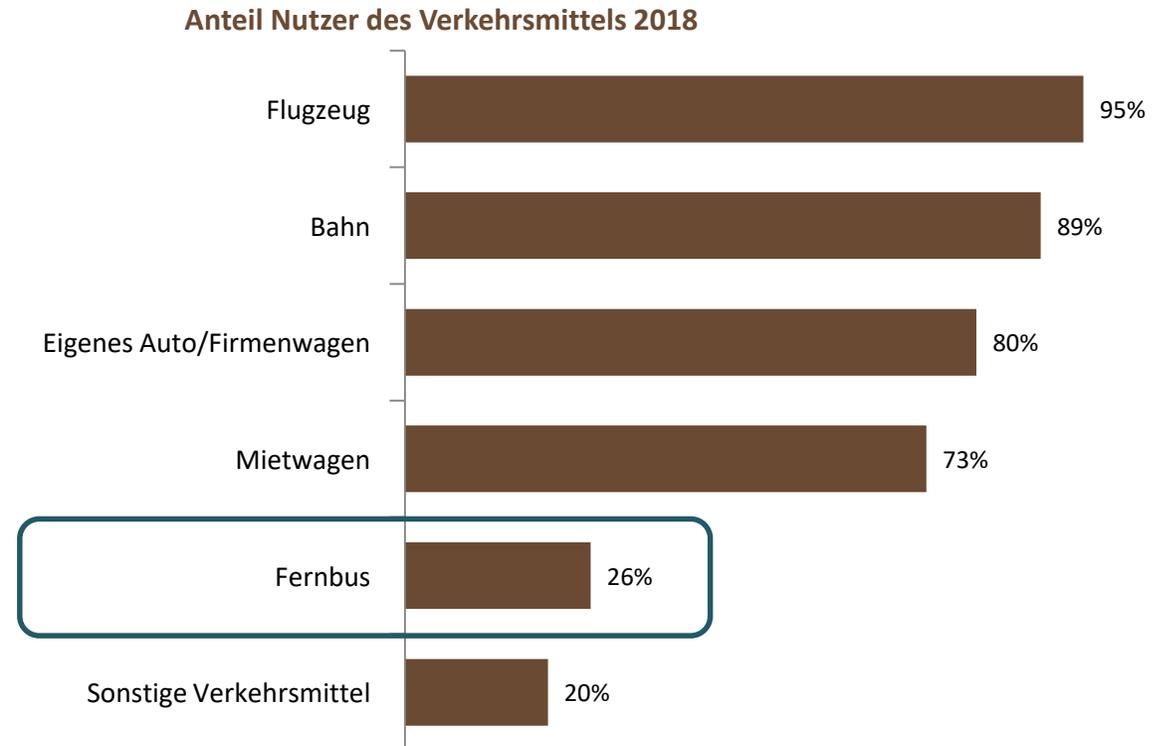
Für ein Drittel der Geschäftsreisen in 2018 wurde das Flugzeug genutzt, für ein weiteres Viertel die Bahn. 41 Prozent der Reisen wurden auf den Straßen per Auto, Firmen-, Mietwagen oder Bus zurückgelegt.



Frage 14: Wie viel Prozent Ihrer Geschäftsreisen in den letzten 12 Monaten entfielen auf die folgenden Hauptverkehrsmittel? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Offene Abfrage)

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

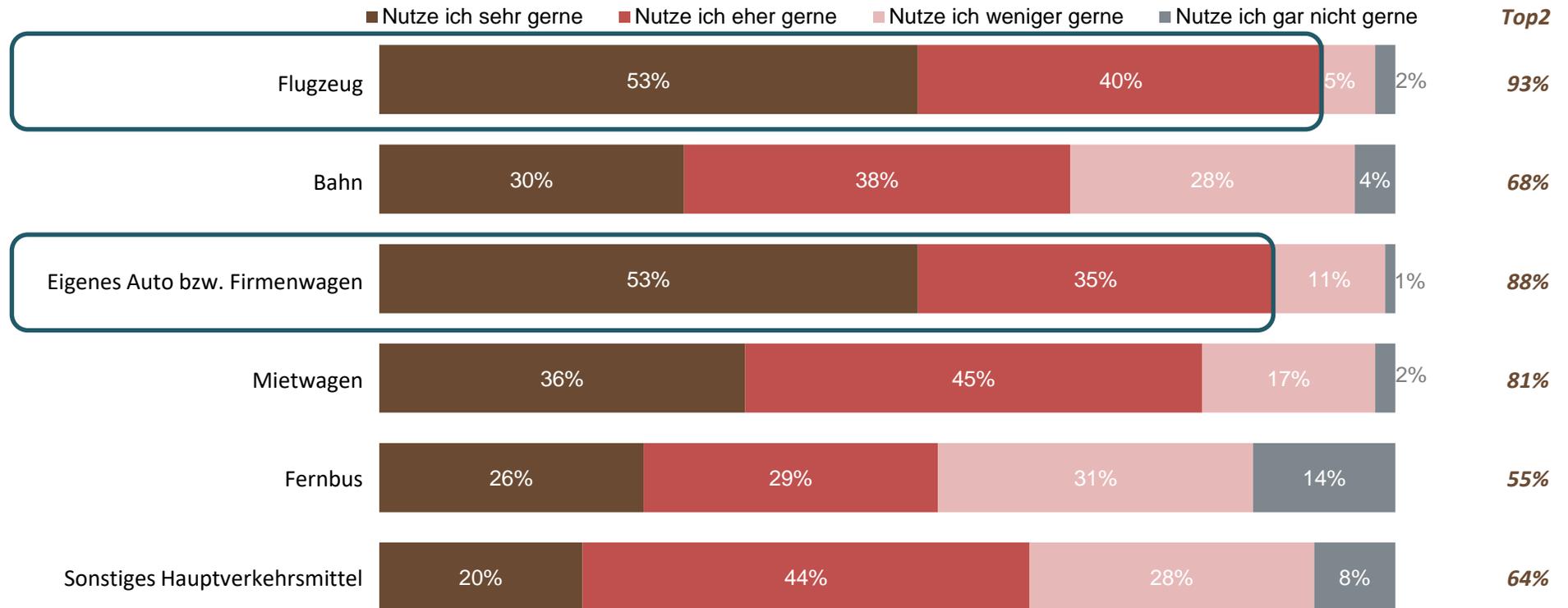
Jeder vierte Geschäftsreisende ist 2018 auch mit dem Fernbus zu Meetings gefahren.



Frage 14: Welche Hauptverkehrsmittel wurden in den letzten 12 Monaten genutzt? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Eigene Berechnung)

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

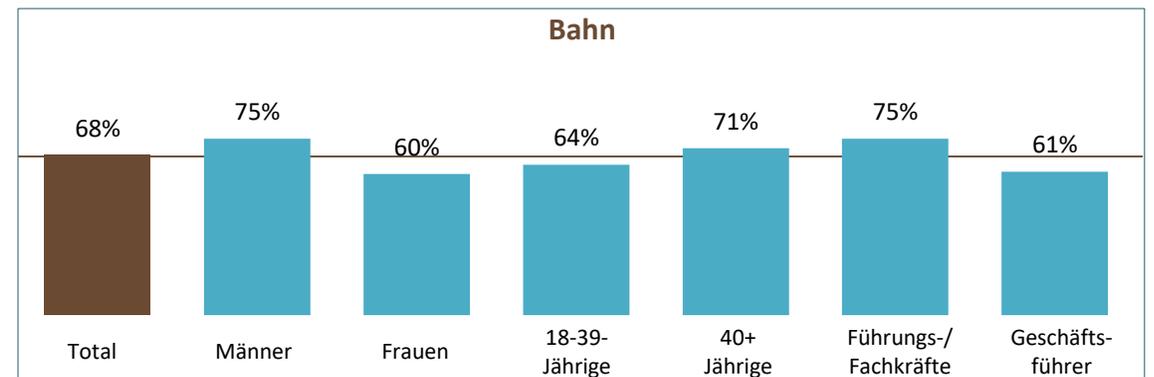
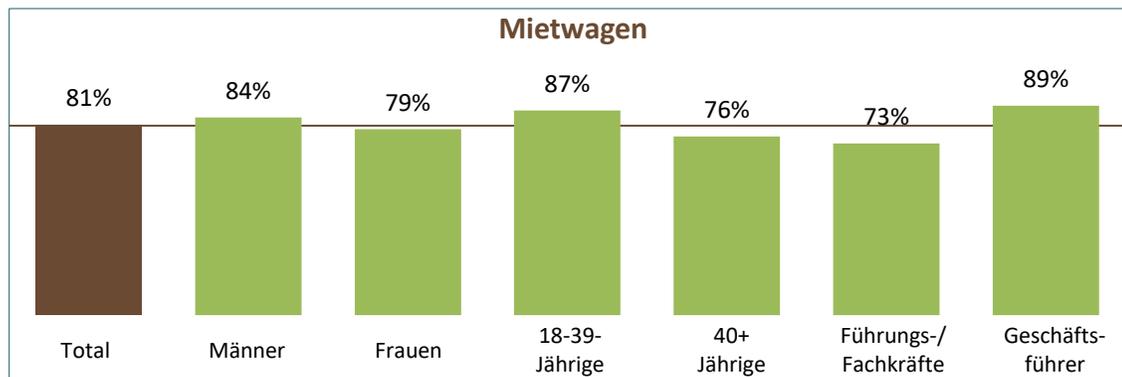
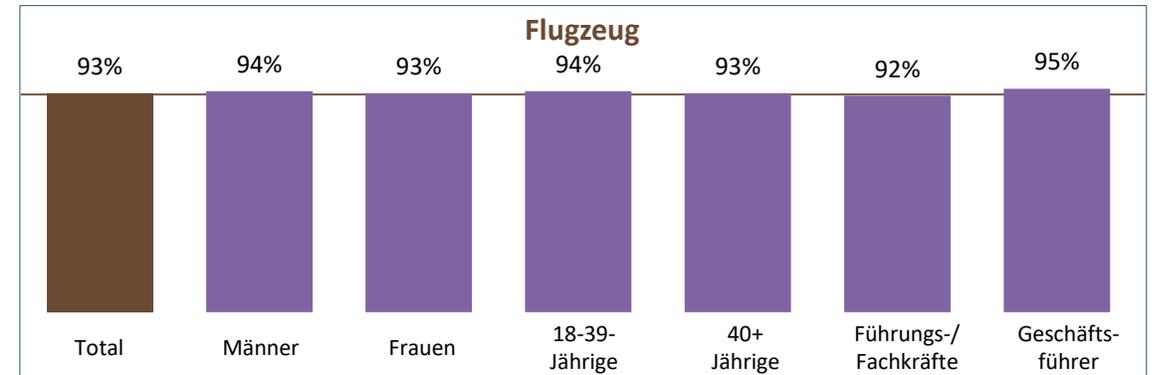
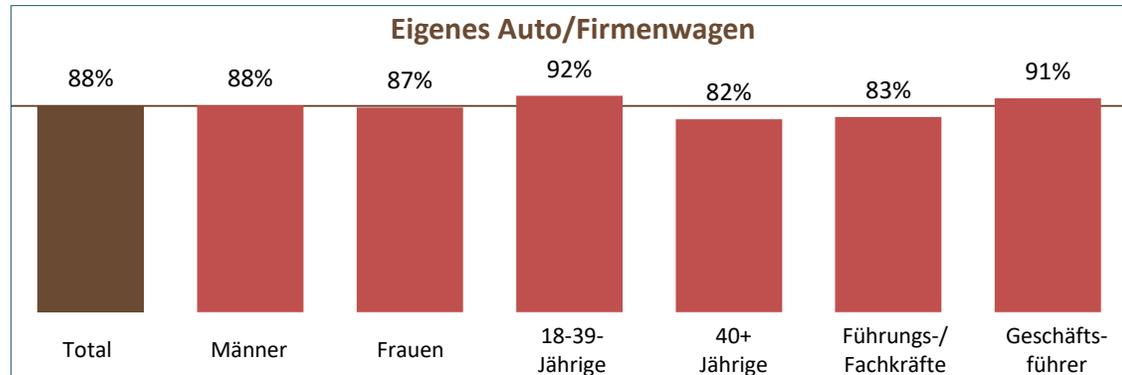
Flugzeug und das eigene Auto/Firmenwagen gehören zu den beliebtesten Hauptverkehrsmitteln. Weniger gerne sind die Geschäftsreisenden mit dem Fernbus oder der Bahn unterwegs.



Frage 15: Wie gerne nutzen Sie auf Ihren Geschäftsreisen diese Hauptverkehrsmittel, um an den Zielort zu gelangen? Basis: Geschäftsreisende, die das entsprechende Verkehrsmittel als Hauptverkehrsmittel nutzen (Skalierte Abfrage)

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

Während das Flugzeug gleichermaßen bei allen Geschäftsreisenden beliebt ist, fahren Männer und Führungs-/Fachkräfte lieber Bahn. Das (eigene oder gemietete) Auto nutzen gerne unter 40-Jährige und Geschäftsführer.

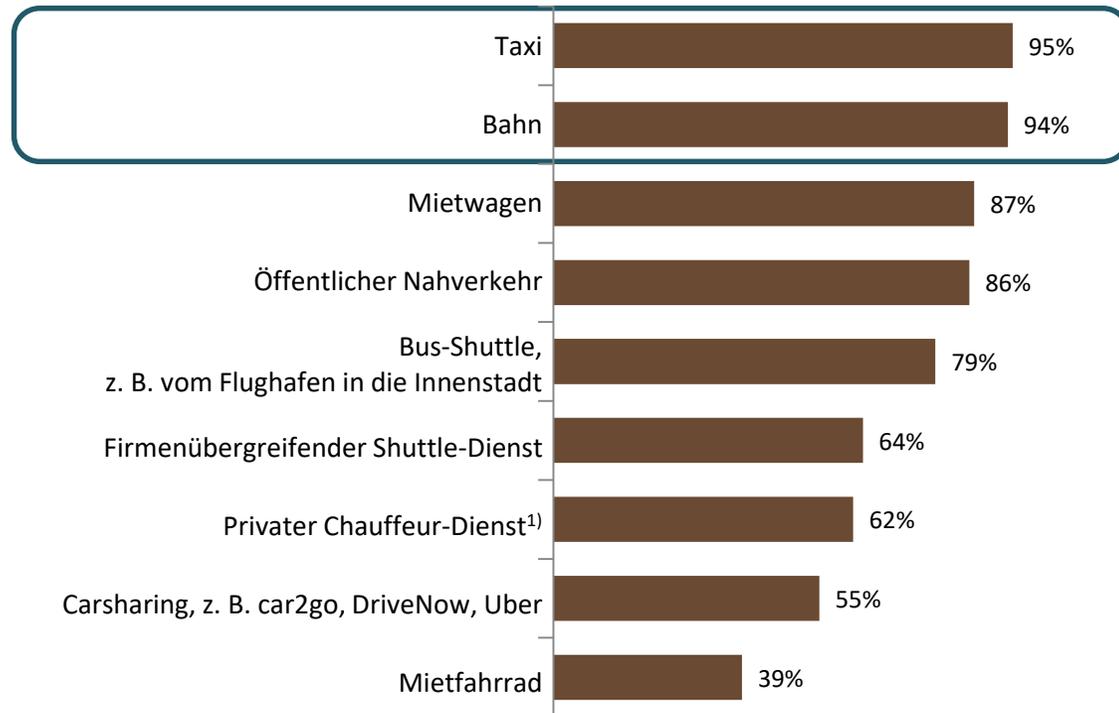


Frage 15: Wie gerne nutzen Sie auf Ihren Geschäftsreisen diese Hauptverkehrsmittel, um an den Zielort zu gelangen? Basis: Geschäftsreisende, die das entsprechende Verkehrsmittel als Hauptverkehrsmittel nutzen (Skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2: nutze ich sehr bzw. eher gerne)

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

Die meisten Geschäftsreisenden nehmen das Taxi oder die Bahn, um sich am Zielort weiterzubewegen.

Anteil Nutzer der Verkehrsmittel, um sich am Zielort weiterzubewegen



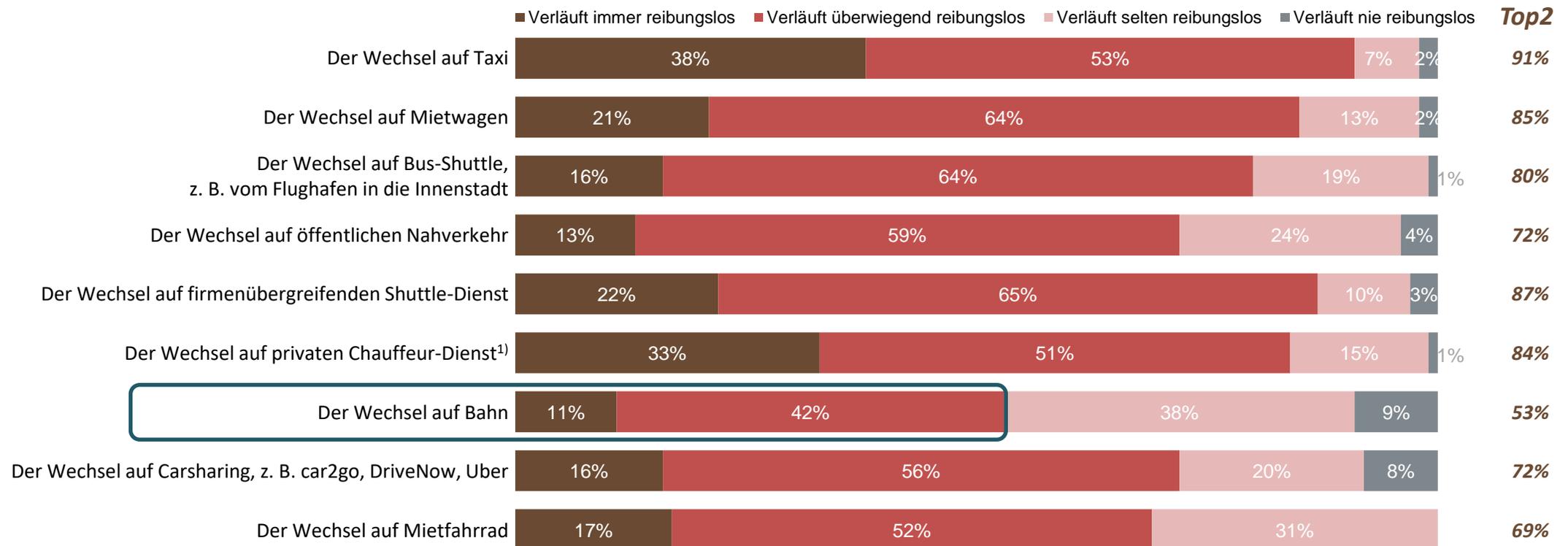
	Total	Geschlecht		Alter		Position im Unternehmen	
		Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs- Fachkraft	Geschäfts- führung
Basis	200	100	100	100	100	100	100
Taxi	95%	99%	91%	94%	96%	97%	93%
Bahn	94%	94%	93%	93%	94%	95%	92%
Mietwagen	87%	85%	88%	87%	86%	85%	88%
Öffentlicher Nahverkehr	86%	88%	84%	87%	85%	85%	87%
Bus-Shuttle, z. B. vom Flughafen in die Innenstadt	79%	79%	79%	83%	75%	80%	78%
Firmenübergreifender Shuttle-Dienst	64%	57%	70%	69%	58%	56%	71%
Privater Chauffeur-Dienst ¹⁾	62%	61%	62%	68%	55%	47%	76%
Carsharing, z. B. car2go, DriveNow, Uber	55%	51%	58%	66%	43%	42%	67%
Mietfahrrad	39%	37%	40%	45%	32%	31%	46%

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

Frage 16: Nun geht es um den Wechsel auf die Verkehrsmittel, die Sie nutzen, um sich am Zielort weiterzubewegen. Wie verläuft bei Ihren Geschäftsreisen normalerweise der Wechsel auf die folgenden Verkehrsmittel? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung; eigene Berechnung aus Nennung ‚nutze dieses Verkehrsmittel nicht‘) 1) Auto mit Fahrer, der Sie z. B. zu verschiedenen Terminen in einer Stadt fährt

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

Der Wechsel auf die Bahn bringt am häufigsten Probleme: nur 53 Prozent der Bahn-Nutzer geben an, dass der Wechsel auf den Zug überwiegend oder immer reibungslos verläuft.

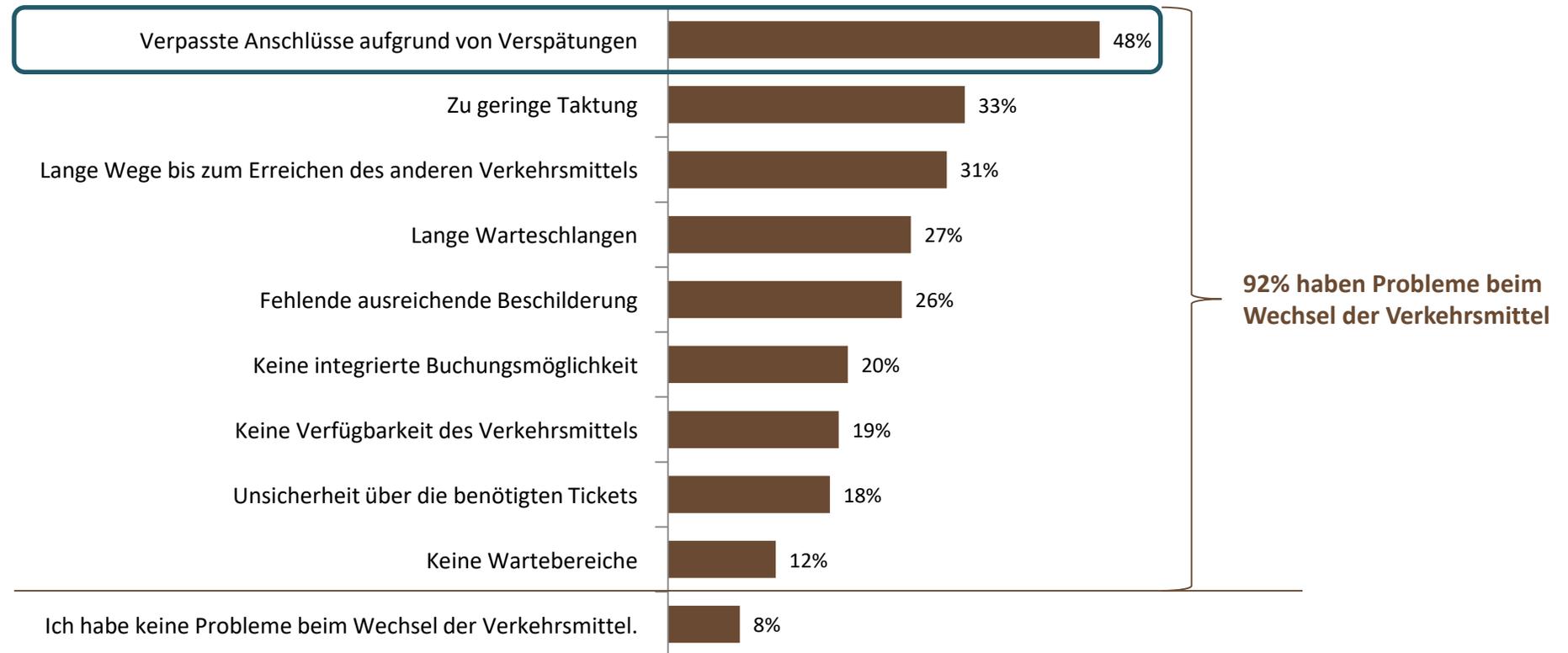


Frage 16: Nun geht es um den Wechsel auf die Verkehrsmittel, die Sie nutzen, um sich am Zielort weiterzubewegen. Wie verläuft bei Ihren Geschäftsreisen normalerweise der Wechsel auf die folgenden Verkehrsmittel? Basis: Geschäftsreisende, die das jeweilige Verkehrsmittel nutzen, um sich am Zielort weiterzubewegen (Skalierte Abfrage)

1) Auto mit Fahrer, der Sie z. B. zu verschiedenen Terminen in einer Stadt fährt

MOBILITÄT AUF GESCHÄFTSREISEN

Bei neun von zehn Geschäftsreisenden gibt es Probleme beim Wechsel der Verkehrsmittel. Hauptgrund: Verpasste Anschlüsse aufgrund von Verspätungen.



Frage 17: Was sind für Sie persönlich die größten Probleme beim Wechsel zwischen den Verkehrsmitteln? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung; maximal drei Antworten)

Business Travel 2019

WORKPLACE | ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

40 Prozent der Reisezeit mit dem Zug wird als Arbeitszeit genutzt. Vielreisende nutzen häufiger die Zeiten im Zug, im Flugzeug oder auch die Anschlusszeiten zum Arbeiten.

Während der An-/Abreise im Zug



Während der An-/Abreise im Flugzeug



Während der Umsteige-/Anschlusszeiten



Im Hotel außerhalb der Schlafenszeiten

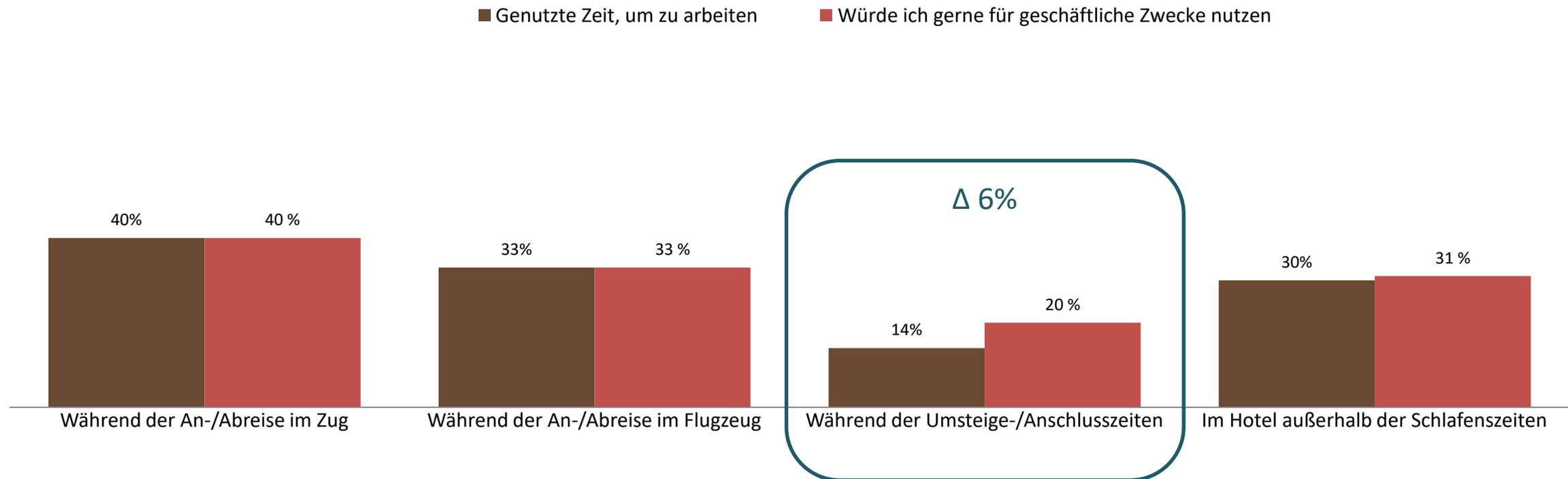


	Anzahl Geschäftsreisen pro Monat	
	1-2 Reisen	3 oder mehr Reisen
Basis	114	86
Während der An-/Abreise im Zug	38%	44%
Während der An-/Abreise im Flugzeug	31%	36%
Während der Umsteige-/Anschlusszeiten	11%	19%
Im Hotel außerhalb der Schlafenszeiten	28%	32%

Frage 18: Wenn Sie einmal an die verschiedenen Etappen einer Geschäftsreise denken: Wie viel Prozent der Zeit, die Sie hier verbringen, nutzen Sie schätzungsweise um zu arbeiten? Basis: Geschäftsreisende, bei denen die jeweilige Situation zutrifft (Offene Abfrage)

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

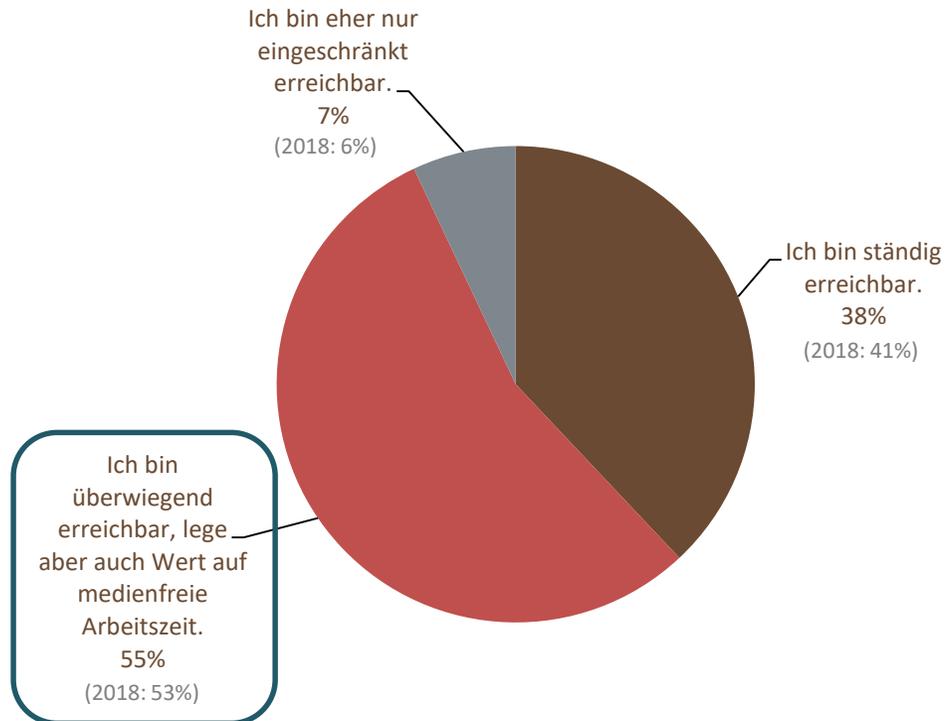
Geschäftsreisende würden – wenn die Rahmenbedingungen stimmen würden – während der Umsteige- und Anschlusszeiten gerne mehr Zeit zum Arbeiten nutzen.



Frage 18: Wenn Sie einmal an die verschiedenen Etappen einer Geschäftsreise denken: Wie viel Prozent der Zeit, die Sie hier verbringen, nutzen Sie schätzungsweise um zu arbeiten? Frage 19: Und wie viel Prozent Ihrer Zeit auf den jeweiligen Etappen würden Sie gerne für geschäftliche Zwecke nutzen, wenn die Rahmenbedingungen stimmen würden? Basis: Geschäftsreisende, bei denen die jeweilige Situation zutrifft (Offene Abfrage)

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

Mehr als die Hälfte der Geschäftsreisenden legt während der Reise Wert auf eine medienfreie Zeit.



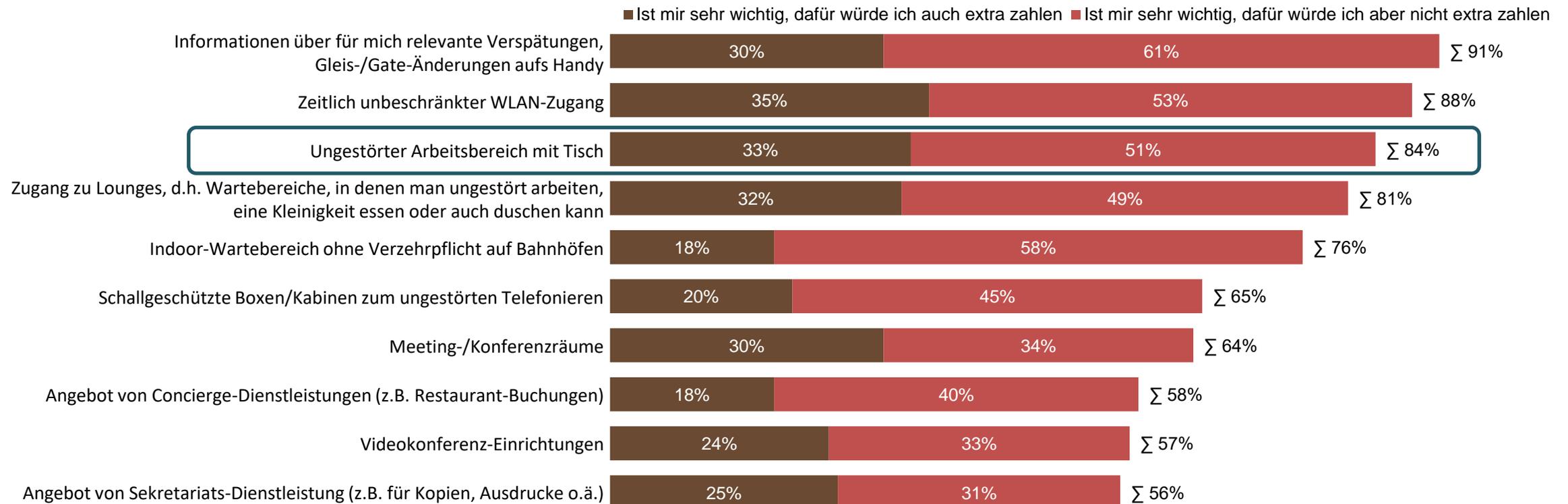
	Total	Männer	Frauen	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung	1-2 Reisen pro Monat	3+ Reisen pro Monat
Basis	200	100	100	100	100	114	86
Ich bin ständig erreichbar.	38%	34%	42%	29%	47%	34%	43%
Ich bin überwiegend erreichbar, lege aber auch Wert auf medienfreie Arbeitszeit.	55%	59%	51%	62%	48%	59%	50%
Ich bin eher nur eingeschränkt erreichbar.	7%	7%	7%	9%	5%	7%	7%

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

Frage 20: Abgesehen von den Zeiten während des Flugs oder während des Meetings: Wie würden Sie Ihre Erreichbarkeit während einer Geschäftsreise beschreiben? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

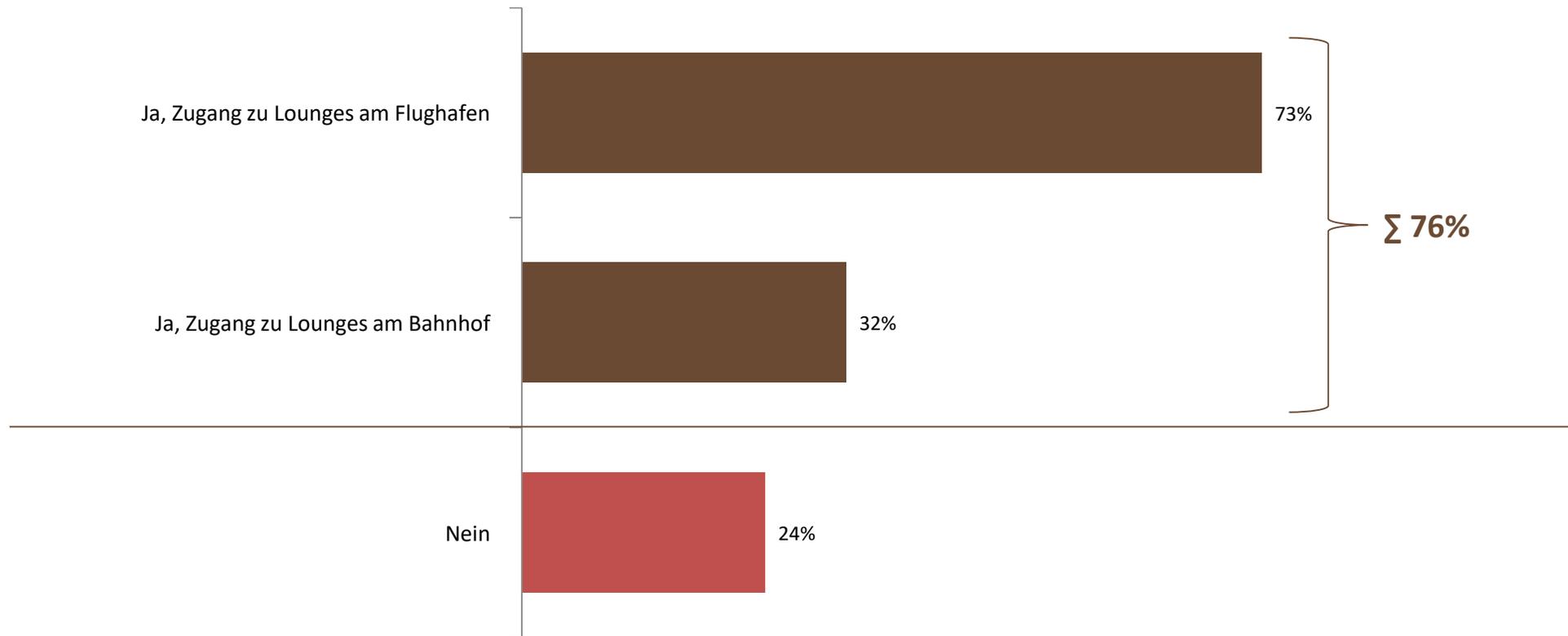
Neben Verspätungs-Alerts und unbeschränktem WLAN-Zugang wünschen sich die Geschäftsreisenden ungestörte Arbeitsbereiche an Flughäfen oder Bahnhöfen. Jeder Dritte würde dafür auch extra zahlen.



Frage 21: Inwieweit sind Ihnen die folgenden Serviceangebote an Bahnhöfen und/oder Flughäfen wichtig? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage, nicht ausgewiesen: ist mir weniger wichtig bzw. überhaupt nicht wichtig)

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

Knapp drei Viertel der befragten Geschäftsreisenden haben einen Zugang zu Lounges am Flughafen. Die Lounges am Bahnhof kann jeder Dritte nutzen.



Frage 22: Haben Sie kostenfreien Zugang zu Lounges am Flughafen oder Bahnhof, sei es durch Bonusprogramme oder Zugang durch bestimmte Buchungsklassen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

WORKPLACE: ARBEITSMÖGLICHKEITEN WÄHREND EINER GESCHÄFTSREISE

Wer einen Lounge-Zugang an Flughäfen oder Bahnhöfen hat, legt auch deutlich mehr Wert auf ungestörte Arbeitsmöglichkeiten.

Top2: Ist mir sehr wichtig	Lounge-Zugang an Flughäfen und/oder Bahnhöfen		
	Total	Ja	Nein
Basis	200	153	47
Informationen über für mich relevante Verspätungen, Gleis-/Gate-Änderungen aufs Handy	91%	92%	87%
Zeitlich unbeschränkter WLAN-Zugang	88%	90%	83%
Ungestörter Arbeitsbereich mit Tisch	84%	90%	62%
Zugang zu Lounges, d.h. Wartebereiche, in denen man ungestört arbeiten, eine Kleinigkeit essen oder auch duschen kann	81%	87%	60%
Indoor-Wartebereich ohne Verzehrpflicht auf Bahnhöfen	76%	78%	66%

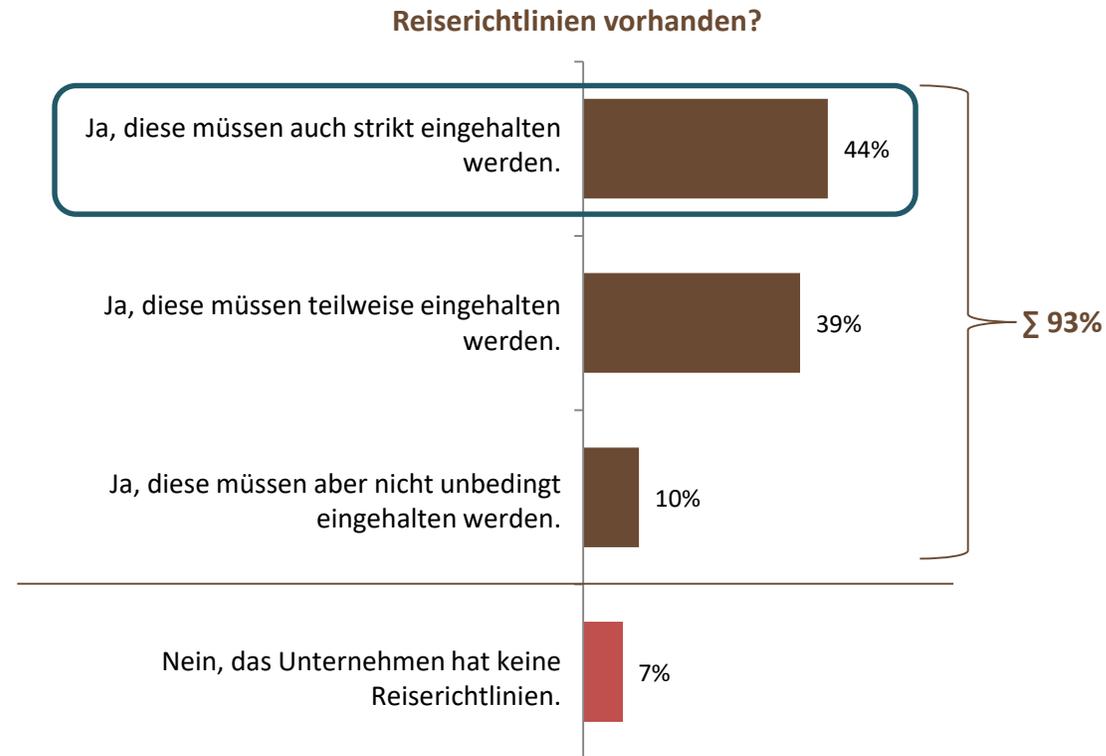
Frage 21: Inwieweit sind Ihnen die folgenden Serviceangebote an Bahnhöfen und/oder Flughäfen wichtig? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage, nicht ausgewiesen: ist mir weniger wichtig bzw. überhaupt nicht wichtig)

Business Travel 2019

REISERICHTLINIEN IN UNTERNEHMEN

REISERICHTLINIEN

Die meisten Unternehmen haben Reiserichtlinien. Allerdings müssen diese nur bei knapp der Hälfte dieser Unternehmen strikt eingehalten werden.



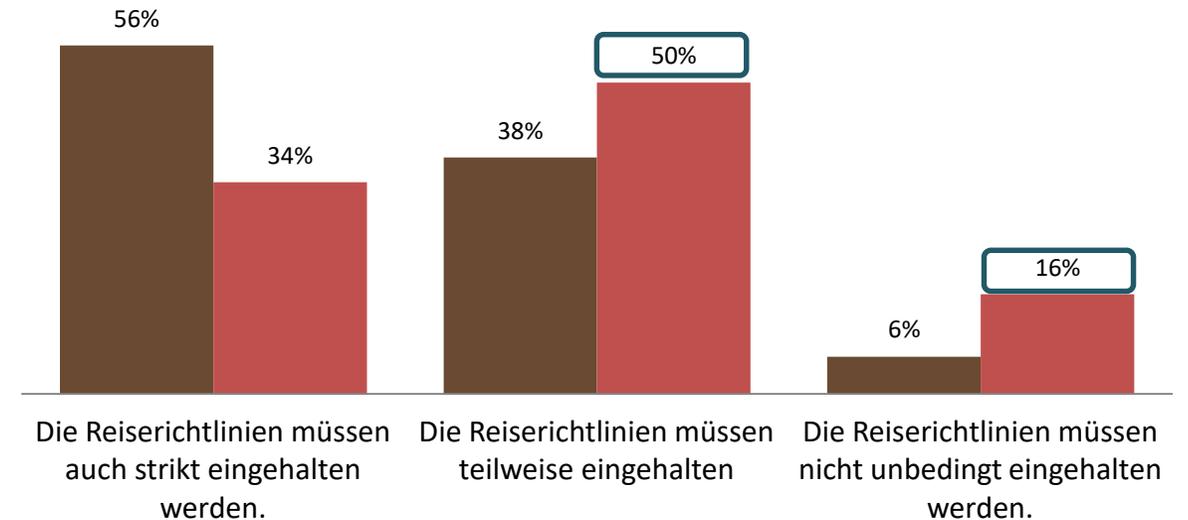
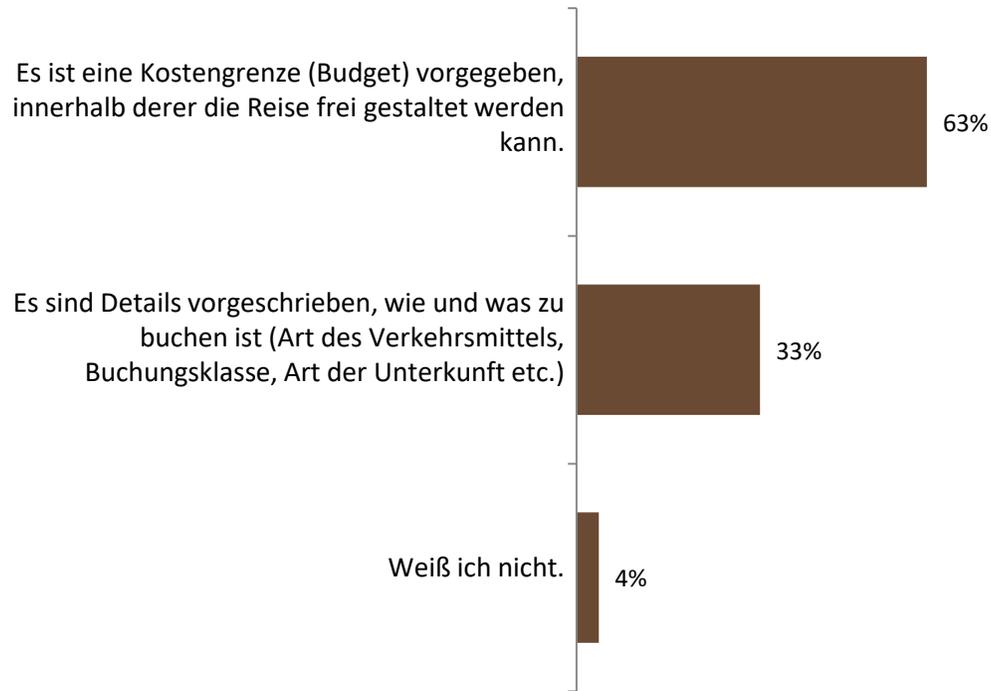
Frage 23: Hat Ihr Unternehmen Reiserichtlinien? Und wenn ja: Was ist in den Reiserichtlinien in Ihrem Unternehmen geregelt? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

REISERICHTLINIEN

Zwei Drittel der Reiserichtlinien geben eine Kostengrenze vor, ein Drittel schreibt detailliert vor, wie und was zu buchen ist. In diesem Fall ist auch mehr Spielraum vorhanden, die Reiserichtlinien zu überschreiten.

Ausgestaltung der Richtlinien

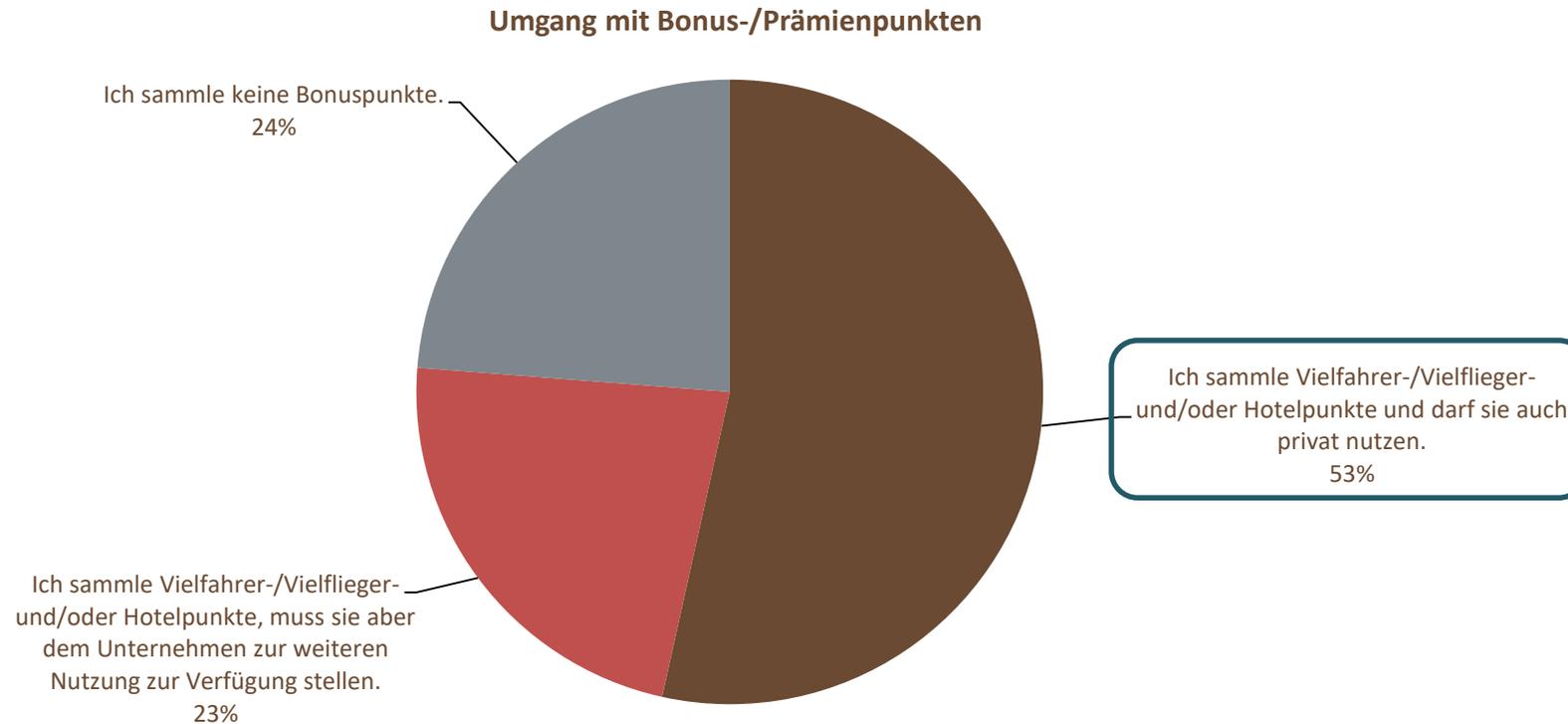
■ Reiserichtlinien mit vorgegebener Kostengrenze ■ Reiserichtlinien mit vorgeschriebenen Details



Frage 23: Hat Ihr Unternehmen Reiserichtlinien? Und wenn ja: Was ist in den Reiserichtlinien in Ihrem Unternehmen geregelt? Basis: Geschäftsreisende in Unternehmen mit Reiserichtlinien (N = 186)

REISERICHTLINIEN

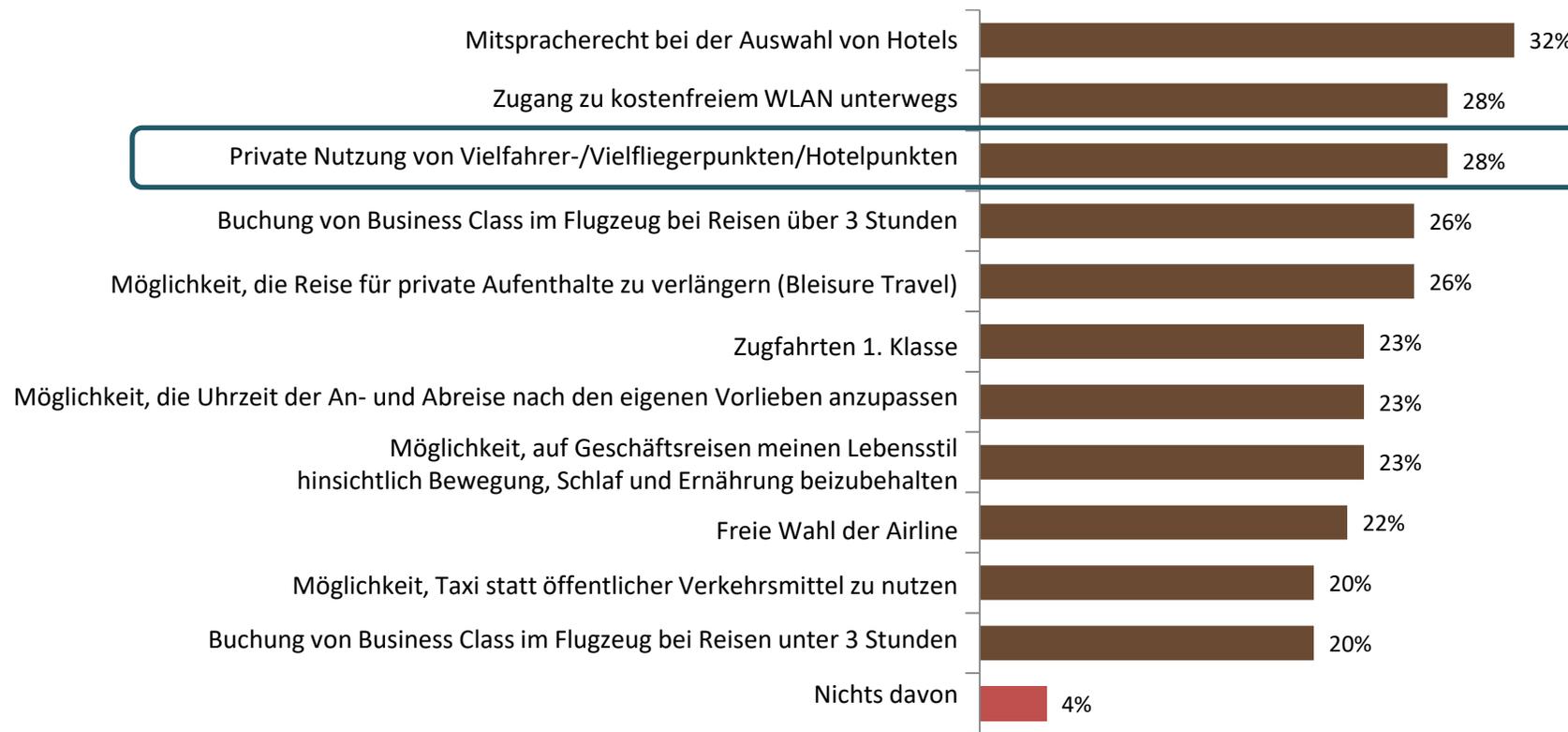
Drei Viertel der befragten Geschäftsreisenden sammeln Bonus- oder Prämienpunkte. Die Mehrheit darf sie auch privat nutzen.



Frage 25: Hotels, Airlines oder die Bahn bieten die Möglichkeit, Bonuspunkte zu sammeln, um diese dann in Prämien oder weitere Flüge/Fahrten einzutauschen. Welche dieser Aussagen trifft auf Sie zu? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

REISERICHTLINIEN

Für mehr als jeden vierten Geschäftsreisenden hat die Möglichkeit der privaten Nutzung von Bonuspunkten einen der größten Einflüsse auf die Zufriedenheit als Mitarbeiter.



Frage 26: Unabhängig davon, was Ihre Reiserichtlinien erlauben oder nicht: Welche dieser Angebote haben oder hätten für Sie persönlich den größten Einfluss auf Ihre Zufriedenheit als Mitarbeiter? Bitte markieren Sie maximal drei Antwortmöglichkeiten. Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung, maximal drei Antworten)

REISERICHTLINIEN

Für unter 40-Jährige stellt die Möglichkeit, die Uhrzeiten der An- und Abreise nach den persönlichen Vorlieben anzupassen, einen größeren Mehrwert dar als für über 40-Jährige.

	Geschlecht			Alter		Position im Unternehmen	
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung
Basis	200	100	100	100	100	100	100
Mitspracherecht bei der Auswahl von Hotels	32%	27%	36%	31%	32%	33%	30%
Zugang zu kostenfreiem WLAN unterwegs	28%	26%	30%	30%	26%	27%	29%
Private Nutzung von Vielfahrer-/Vielfliegerpunkten/Hotelpunkten	28%	31%	25%	26%	30%	28%	28%
Buchung von Business Class im Flugzeug bei Reisen über 3 Stunden	26%	27%	25%	27%	25%	34%	18%
Möglichkeit, die Reise für private Aufenthalte zu verlängern (Bleisure Travel)	26%	27%	25%	25%	27%	24%	28%
Zugfahrten 1. Klasse	23%	25%	21%	20%	26%	23%	23%
Möglichkeit, die Uhrzeit der An- und Abreise nach den eigenen Vorlieben anzupassen	23%	24%	21%	28%	17%	21%	24%
Möglichkeit, auf Geschäftsreisen meinen Lebensstil hinsichtlich Bewegung, Schlaf und Ernährung beizubehalten	23%	22%	23%	20%	25%	17%	28%
Freie Wahl der Airline	22%	21%	23%	22%	22%	19%	25%
Möglichkeit, Taxi statt öffentlicher Verkehrsmittel zu nutzen	20%	18%	22%	26%	14%	20%	20%
Buchung von Business Class im Flugzeug bei Reisen unter 3 Stunden	20%	22%	18%	18%	22%	18%	22%
Nichts davon	4%	4%	3%	3%	4%	6%	1%

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

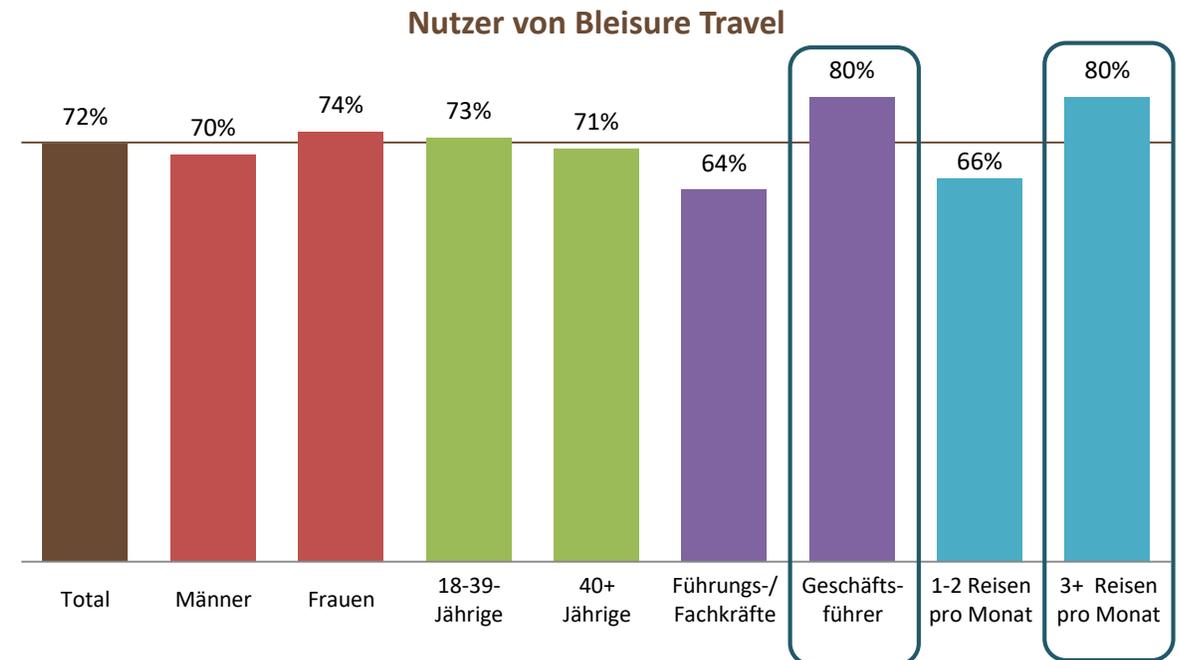
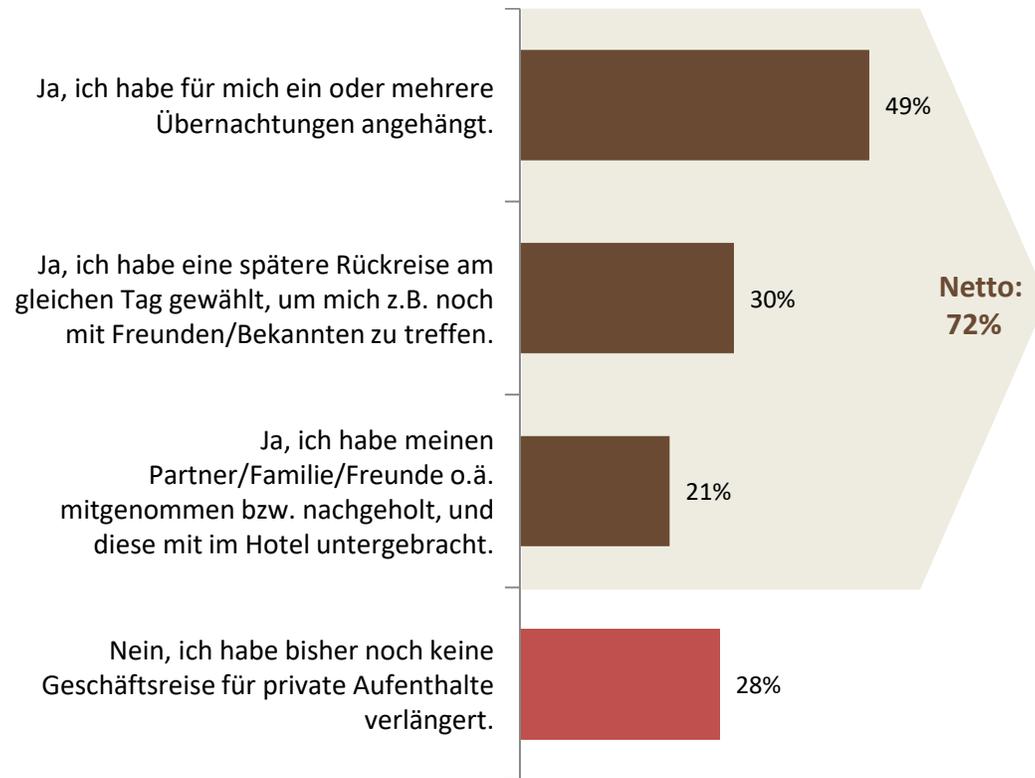
Frage 26: Unabhängig davon, was Ihre Reiserichtlinien erlauben oder nicht: Welche dieser Angebote haben oder hätten für Sie persönlich den größten Einfluss auf Ihre Zufriedenheit als Mitarbeiter? Bitte markieren Sie maximal drei Antwortmöglichkeiten. Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung, maximal drei Antworten)

Business Travel 2019

BLEISURE TRAVEL

BLEISURE TRAVEL

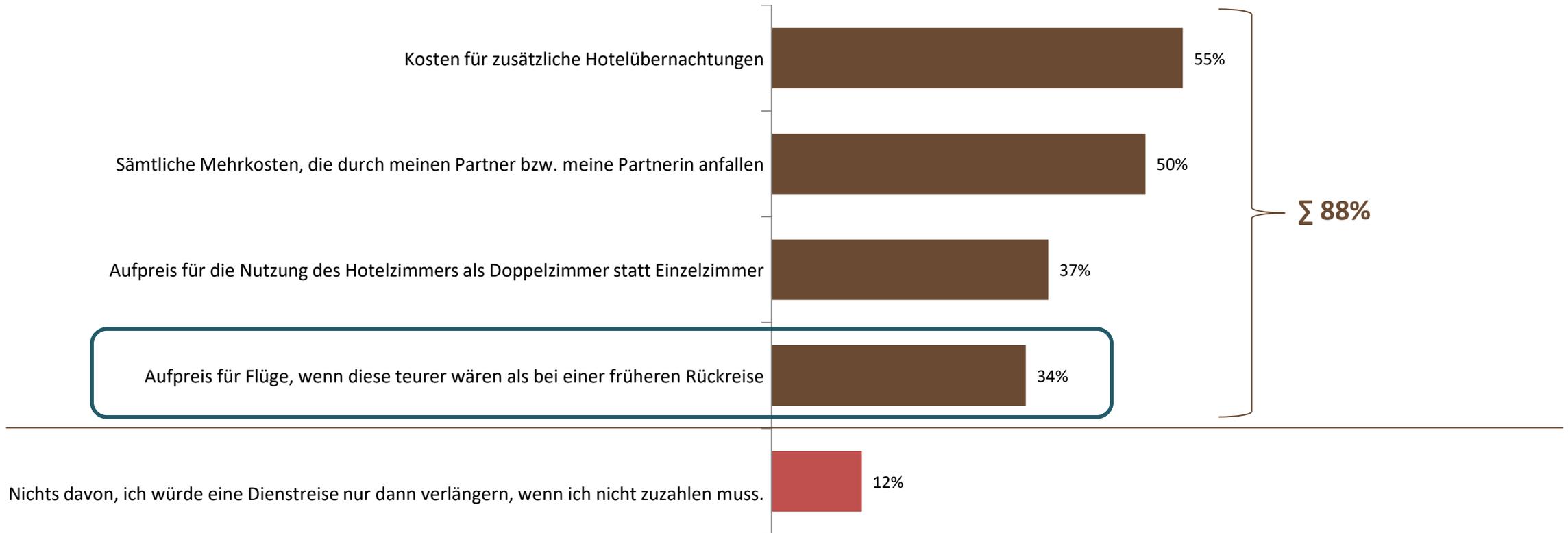
Knapp drei Viertel der Geschäftsreisenden haben schon einmal eine Reise für private Aufenthalte verlängert. Besonders Geschäftsführer und Vielreisende nutzen diese Möglichkeit.



Frage 27: Haben Sie selbst schon einmal eine Geschäftsreise für private Aufenthalte verlängert? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

BLEISURE TRAVEL

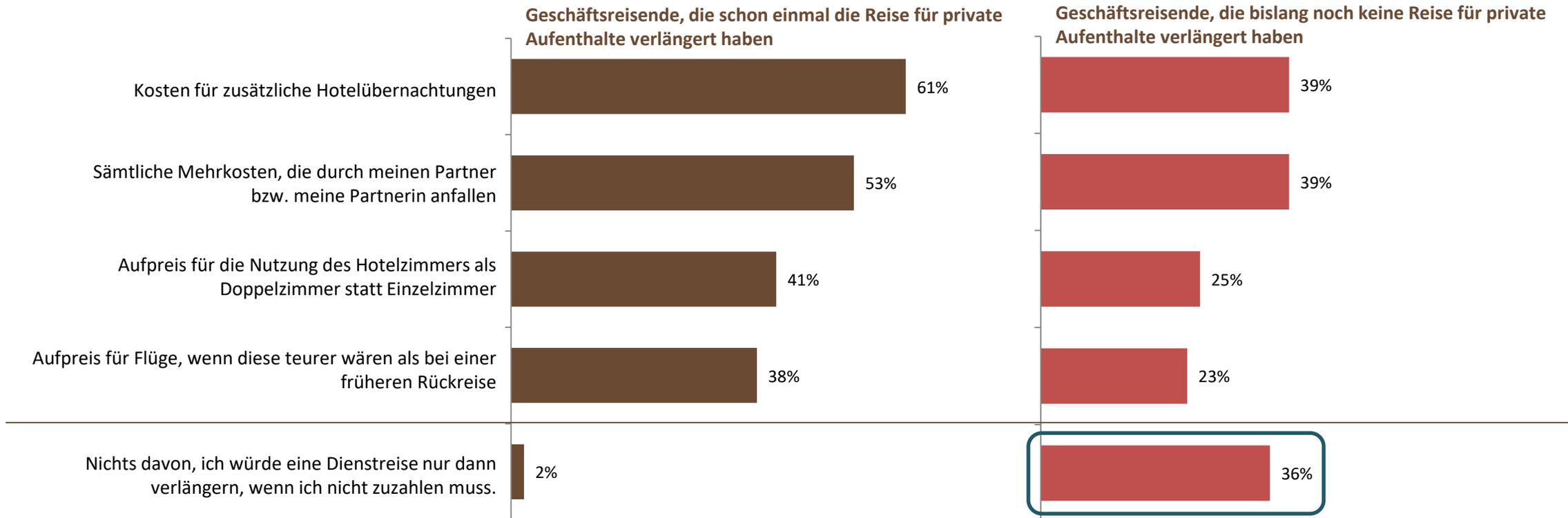
Nur ein Drittel der Geschäftsreisenden wäre bereit, für eine private Verlängerung der Dienstreise höhere Flugpreise zu bezahlen.



Frage 28: Unabhängig davon, ob Sie selbst schon einmal Ihre Geschäftsreisen für private Aufenthalte verlängert haben oder nicht: Welche Kosten sind oder wären Sie bereit für die private Verlängerung von Geschäftsreisen zu übernehmen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

BLEISURE TRAVEL

Jeder Dritte, der bislang noch keine Geschäftsreise für private Aufenthalte verlängert hat, würde dieses in Zukunft auch nur tun, wenn dadurch keinerlei privaten Mehrkosten entstehen.



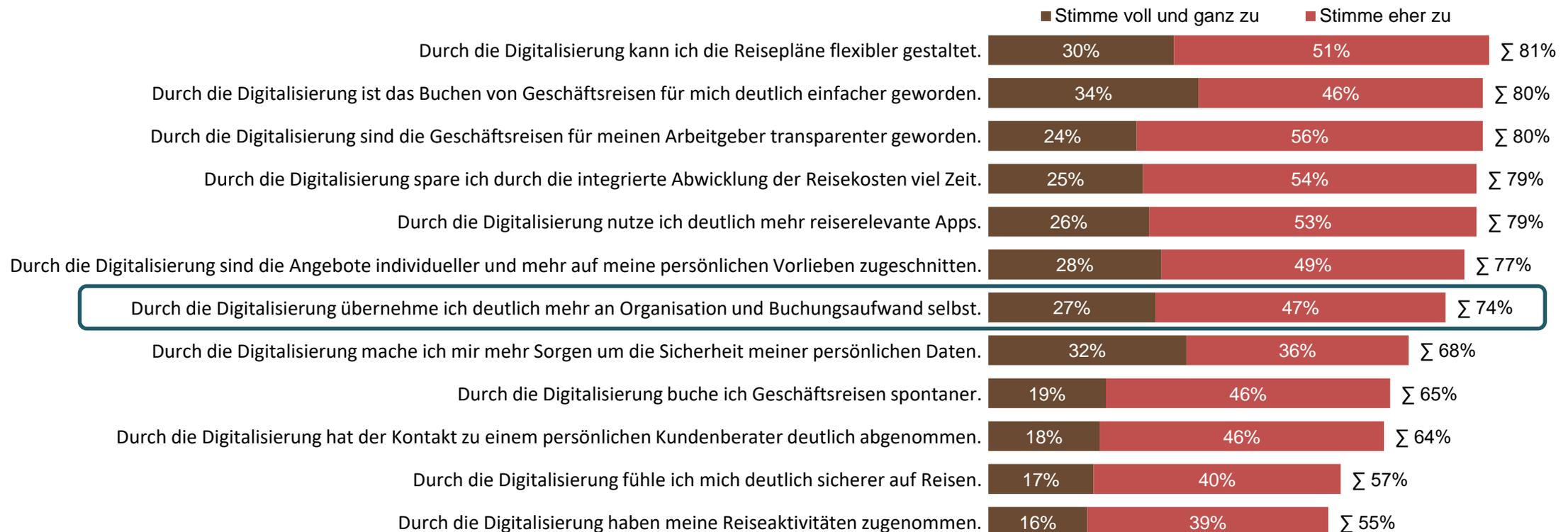
Frage 28: Unabhängig davon, ob Sie selbst schon einmal Ihre Geschäftsreisen für private Aufenthalte verlängert haben oder nicht: Welche Kosten sind oder wären Sie bereit für die private Verlängerung von Geschäftsreisen zu übernehmen?
Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennung)

Business Travel 2019

DIGITALISIERUNG IN DER GESCHÄFTSREISEBRANCHE

AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNG

Drei von vier Geschäftsreisenden übernehmen durch die Digitalisierung mehr an Organisations- und Buchungsaufwand.



Frage 29: Auch in der Geschäftsreisebranche wird verstärkt auf Digitalisierung und innovative Technologien gesetzt. Welche Auswirkungen haben die heutigen digitalen Möglichkeiten für Sie persönlich? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2, nicht ausgewiesen: stimme eher nicht/überhaupt nicht zu)

AUSWIRKUNGEN DER DIGITALISIERUNG

Besonders unter 40-Jährige sehen in der Digitalisierung den Vorteil, Reisepläne flexibler gestalten zu können.

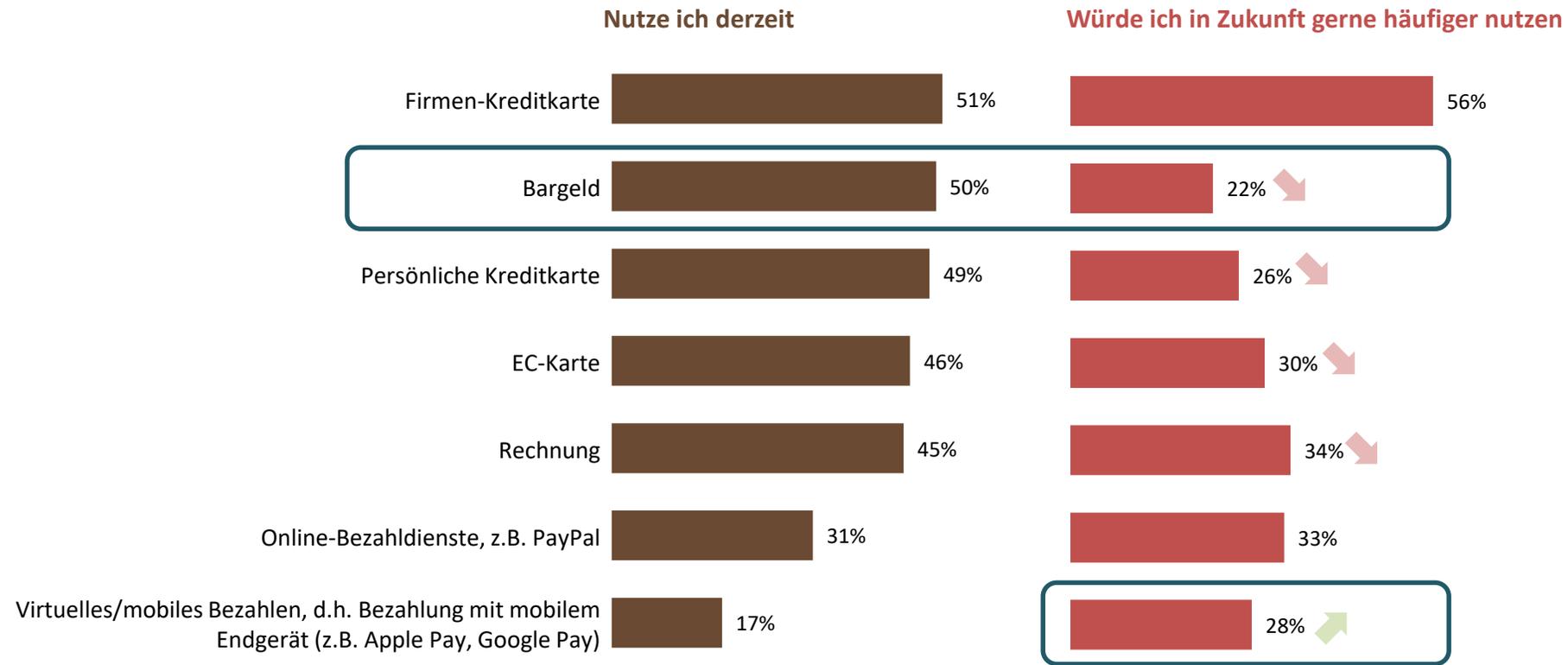
Top2: Stimme voll und ganz bzw. eher zu	Total	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen		
		Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	1-2 pro Monat	3+ pro Monat	
Durch die Digitalisierung...	Basis	200	100	100	100	100	114	86
kann ich die Reisepläne flexibler gestaltet.	81%	83%	79%	86%	76%	78%	85%	
ist das Buchen von Geschäftsreisen für mich deutlich einfacher geworden.	80%	77%	83%	83%	77%	77%	84%	
sind die Geschäftsreisen für meinen Arbeitgeber transparenter geworden.	80%	76%	84%	81%	79%	81%	79%	
spare ich durch die integrierte Abwicklung der Reisekosten viel Zeit.	79%	76%	82%	79%	79%	76%	83%	
nutze ich deutlich mehr reiserelevante Apps.	79%	79%	78%	83%	74%	71%	88%	
sind die Angebote individueller und mehr auf meine persönlichen Vorlieben zugeschnitten.	77%	73%	81%	80%	74%	75%	80%	
übernehme ich deutlich mehr an Organisation und Buchungsaufwand selbst.	74%	75%	72%	72%	75%	72%	76%	
mache ich mir mehr Sorgen um die Sicherheit meiner persönlichen Daten.	68%	61%	75%	67%	69%	68%	69%	
buche ich Geschäftsreisen spontaner.	65%	63%	66%	68%	61%	54%	78%	
hat der Kontakt zu einem persönlichen Kundenberater deutlich abgenommen.	64%	63%	64%	66%	61%	62%	65%	
fühle ich mich deutlich sicherer auf Reisen.	57%	55%	58%	56%	57%	51%	64%	
haben meine Reiseaktivitäten zugenommen.	55%	51%	58%	59%	50%	47%	64%	

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

Frage 29: Auch in der Geschäftsreisebranche wird verstärkt auf Digitalisierung und innovative Technologien gesetzt. Welche Auswirkungen haben die heutigen digitalen Möglichkeiten für Sie persönlich? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage, hier ausgewiesen: Top2, nicht ausgewiesen: stimme eher nicht/überhaupt nicht zu)

MOBILE PAYMENT

Aktuell wird auf Geschäftsreisen von jedem Zweiten noch bar bezahlt. In Zukunft möchte dieses noch nicht einmal jeder Vierte tun. Der Trend geht zu mobilem Bezahlen.



Frage 30a/b: Welche Bezahlmethoden nutzen Sie auf Ihren Geschäftsreisen? Und welche dieser Bezahlmethoden würden Sie in Zukunft gerne häufiger nutzen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennungen)

MOBILE PAYMENT

Mehr als jeder fünfte unter 40-Jährige bezahlt derzeit auf den Geschäftsreisen mobil, d.h. mit seinem Smartphone oder der Uhr. Bei über 40-Jährigen ist es gerade mal jeder Zehnte.

Zur Zeit genutzte Bezahlmethoden auf Geschäftsreisen	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen pro Monat		
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung
Basis	200	100	100	100	100	100	100
Firmen-Kreditkarte	51%	47%	54%	44%	57%	46%	55%
Bargeld	50%	52%	47%	56%	43%	50%	49%
Persönliche Kreditkarte	49%	57%	40%	50%	47%	52%	45%
EC-Karte	46%	52%	40%	45%	47%	48%	44%
Rechnung	45%	44%	45%	55%	34%	40%	49%
Online-Bezahldienste, z.B. PayPal	31%	31%	30%	39%	22%	23%	38%
Virtuelles/mobiles Bezahlen, d.h. Bezahlung mit mobilem Endgerät (z.B. Apple Pay, Google Pay)	17%	14%	19%	22%	11%	10%	23%

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

Frage 30a: Welche Bezahlmethoden nutzen Sie auf Ihren Geschäftsreisen? Und welche dieser Bezahlmethoden würden Sie in Zukunft gerne häufiger nutzen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennungen)

MOBILE PAYMENT

Jeder dritte männliche Geschäftsreisende möchte in Zukunft nicht mehr mit Bargeld oder persönlicher Kreditkarte zahlen.

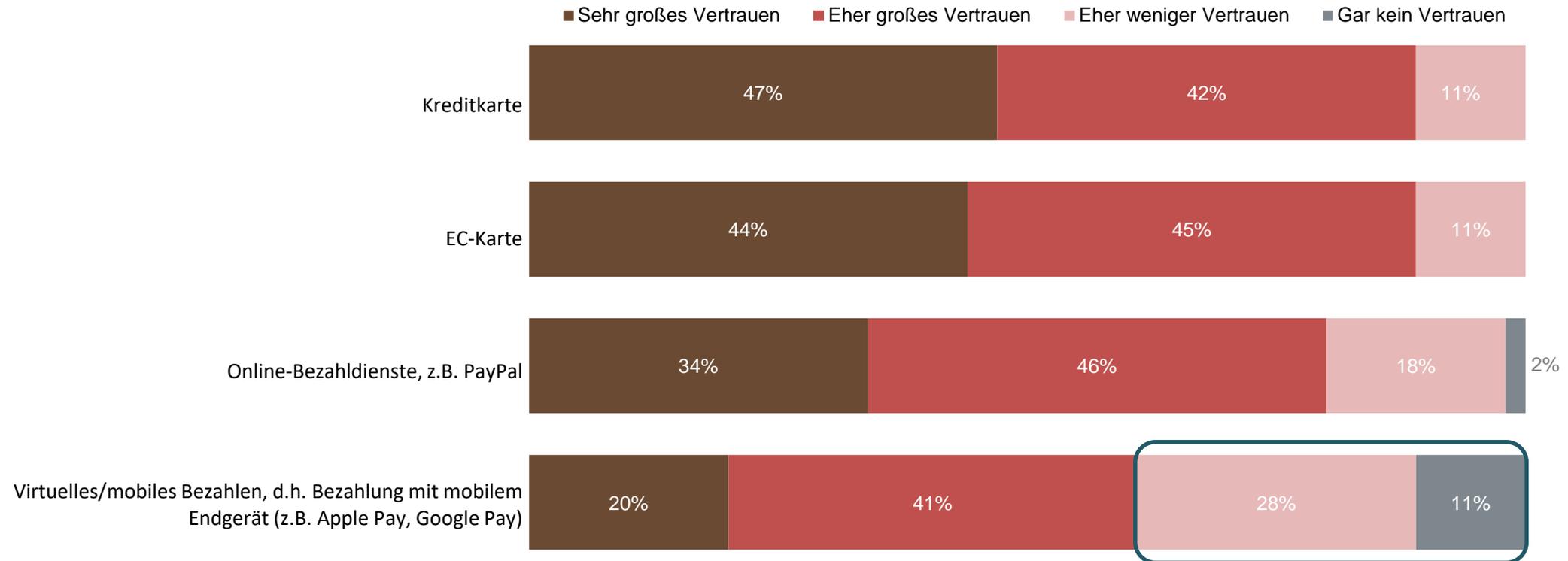
Bezahlmethoden, die in Zukunft gerne häufiger genutzt werden möchten: Veränderung in Prozentpunkten (PP) zu den aktuell genutzten Bezahlmethoden	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen pro Monat		
	Total	Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung
	Basis	100	100	100	100	100	100
Firmen-Kreditkarte	+5 PP	+6 PP	+4 PP	+8 PP	+2 PP	+11 PP	-1 PP
Rechnung	-11 PP	-12 PP	-10 PP	-18 PP	-4 PP	-15 PP	-7 PP
Online-Bezahldienste, z.B. PayPal	+2 PP	+1 PP	+4 PP	+/-0 PP	+5 PP	-1 PP	+6 PP
EC-Karte	-16 PP	-19 PP	-14 PP	-12 PP	-21 PP	-23 PP	-10 PP
Virtuelles/mobiles Bezahlen, d.h. Bezahlung mit mobilem Endgerät (z.B. Apple Pay, Google Pay)	+11 PP	+14 PP	+9 PP	+10 PP	+13 PP	+13 PP	+10 PP
Persönliche Kreditkarte	-23 PP	-29 PP	-16 PP	-21 PP	-24 PP	-28 PP	-17 PP
Bargeld	-28 PP	-35 PP	-21 PP	-27 PP	-29 PP	-37 PP	-19 PP

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

Frage 30a: Welche Bezahlmethoden nutzen Sie auf Ihren Geschäftsreisen? Und welche dieser Bezahlmethoden würden Sie in Zukunft gerne häufiger nutzen? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Mehrfachnennungen, eigene Berechnung)

MOBILE PAYMENT

Vier von zehn Geschäftsreisende haben derzeit noch wenig oder gar kein Vertrauen in die virtuellen Bezahlungsmöglichkeiten per Smartphone.



Frage 31: Welches Vertrauen haben Sie in die Sicherheit der einzelnen Bezahlungsmethoden? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

MOBILE PAYMENT

Unter 40-Jährige haben deutlich mehr Vertrauen in die neuen mobilen Bezahlungsmöglichkeiten als über 40-Jährige.

	Top2: Sehr großes bzw. eher großes Vertrauen						
	Total	Geschlecht		Alter		Anzahl Geschäftsreisen pro Monat	
		Männer	Frauen	18-39 Jahre	40+ Jahre	Führungs-/ Fachkraft	Geschäfts- führung
Basis	200	100	100	100	100	100	100
Kreditkarte	89%	93%	84%	86%	91%	91%	86%
EC-Karte	89%	90%	87%	88%	89%	88%	89%
Online-Bezahldienste, z.B. PayPal	80%	81%	79%	81%	79%	79%	81%
Virtuelles/mobiles Bezahlen, d.h. Bezahlung mit mobilem Endgerät (z.B. Apple Pay, Google Pay)	61%	64%	58%	67%	55%	56%	66%

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

Frage 31: Welches Vertrauen haben Sie in die Sicherheit der einzelnen Bezahlungsmethoden? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

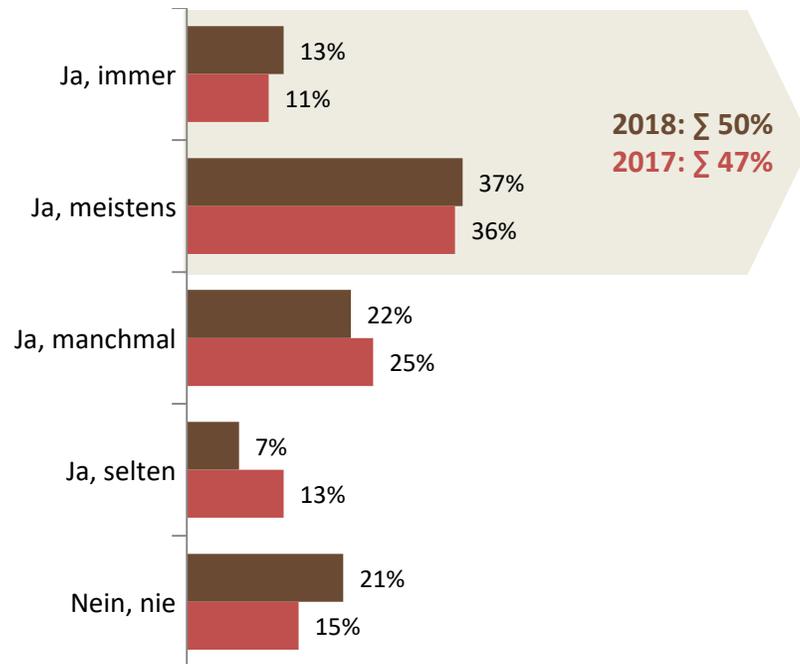
Business Travel 2019

NACHHALTIGKEIT BEI GESCHÄFTSREISEN

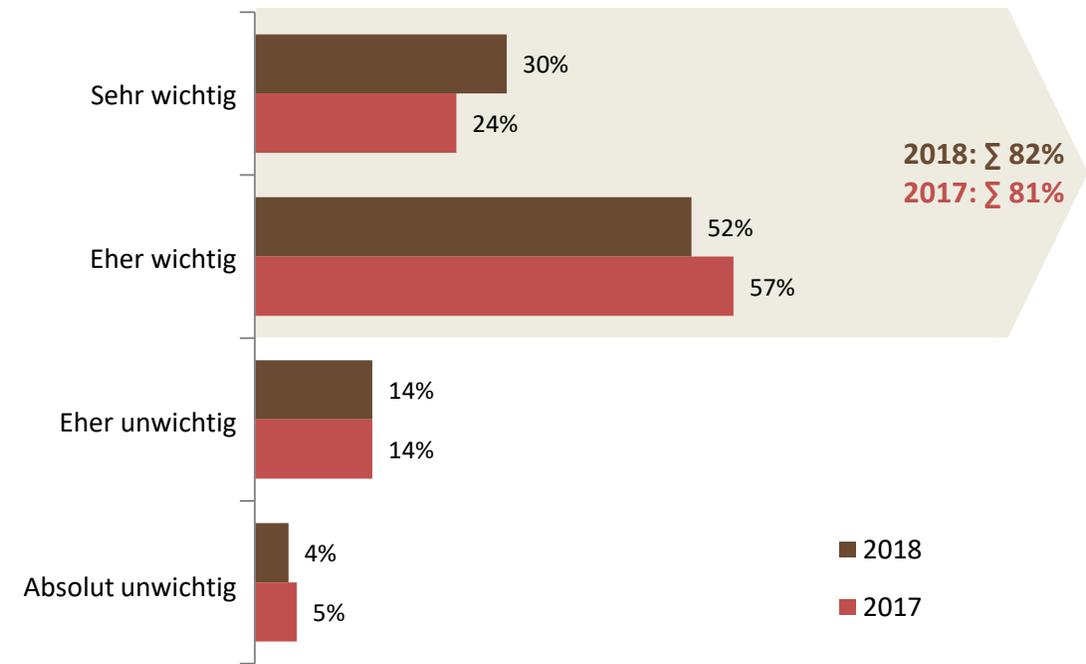
NACHHALTIGKEIT BEI GESCHÄFTSREISEN

Die Hälfte der Unternehmen achtet bei der Buchung meistens oder immer auf Nachhaltigkeitsaspekte.
Wichtig finden das Thema jedoch mehr als 80 Prozent.

Wird bei der Buchung auf Nachhaltigkeit geachtet?



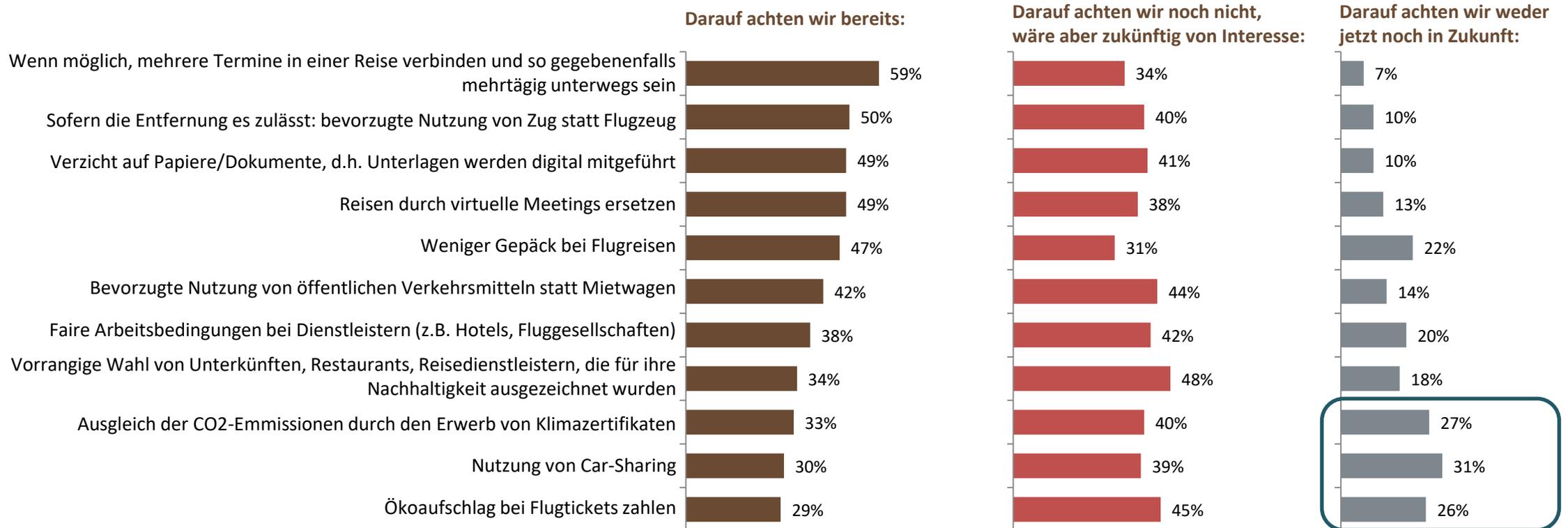
Wie wichtig ist es, bei Geschäftsreisen auf Nachhaltigkeit zu achten?



Frage 32/33: Wird in Ihrem Unternehmen bei der Buchung einer Geschäftsreise auf die Nachhaltigkeit der Reiseverbindung geachtet, z.B. durch die Wahl eines umweltfreundlichen Reisemittels? Inwieweit ist es Ihrer Meinung nach wichtig, bei Geschäftsreisen auf Nachhaltigkeit zu achten? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

NACHHALTIGKEIT BEI GESCHÄFTSREISEN

Aus Nachhaltigkeitsgründen Car-Sharing zu nutzen, Ökoaufschlag bei Flugtickets zu zahlen oder die CO2-Emissionen durch den Erwerb von Klimazertifikaten auszugleichen, stößt am wenigsten auf Interesse.



Frage 34: Welche dieser Maßnahmen, die ein nachhaltiges Reisen - sowohl in ökologischer als auch in sozialer Hinsicht - unterstützen, werden in Ihrem Unternehmen beachtet? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

NACHHALTIGKEIT BEI GESCHÄFTSREISEN

Wenn mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammengearbeitet wird, wird allgemein stärker auf ökologische und soziale Aspekte geachtet.

Darauf achten wir bereits	Total	Zusammenarbeit mit Geschäftsreisebüro*		Reiserichtlinien im Unternehmen**	
		Ja	Nein	Kostengrenze	Details
Basis	200	110	83	117	62
Wenn möglich, mehrere Termine in einer Reise verbinden und so gegebenenfalls mehrtägig unterwegs sein	59%	61%	58%	63%	56%
Sofern die Entfernung es zulässt: bevorzugte Nutzung von Zug statt Flugzeug	50%	59%	40%	51%	53%
Verzicht auf Papiere/Dokumente, d.h. Papiere/Unterlagen werden digital mitgeführt	49%	54%	45%	54%	44%
Reisen durch virtuelle Meetings ersetzen	49%	51%	49%	50%	55%
Weniger Gepäck bei Flugreisen	47%	50%	46%	51%	47%
Bevorzugte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln statt Mietwagen	42%	43%	41%	40%	50%
Faire Arbeitsbedingungen bei Dienstleistern (z.B. Hotels, Fluggesellschaften)	38%	44%	33%	43%	31%
Vorrangige Wahl von Unterkünften, Restaurants, Reisedienstleistern, die für ihre Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurden	34%	38%	29%	37%	27%
Ausgleich der CO2-Emissionen durch den Erwerb von Klimazertifikaten	33%	36%	29%	34%	31%
Nutzung von Car-Sharing	30%	32%	28%	33%	31%
Ökozuschlag bei Flugtickets zahlen	29%	27%	31%	35%	18%

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

Frage 34: Welche dieser Maßnahmen, die ein nachhaltiges Reisen - sowohl in ökologischer als auch in sozialer Hinsicht - unterstützen, werden in Ihrem Unternehmen beachtet? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

* Ohne „Keine Angabe“ ** Ohne „Das Unternehmen hat keine Reiserichtlinien“

NACHHALTIGKEIT BEI GESCHÄFTSREISEN

Besonders in Unternehmen, bei denen die Reiserichtlinien eine Kostengrenze vorgeben, ist zukünftig ein Ersatz der Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings von Interesse.

Darauf achten wir noch nicht, wäre aber zukünftig von Interesse	Total	Zusammenarbeit mit Geschäftsreisebüro*		Reiserichtlinien im Unternehmen**	
		Ja	Nein	Kostengrenze	Details
Basis	200	110	83	117	62
Vorrangige Wahl von Unterkünften, Restaurants, Reisedienstleistern, die für ihre Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurden	48%	50%	45%	50%	47%
Ökoaufschlag bei Flugtickets zahlen	45%	52%	34%	40%	58%
Bevorzugte Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln statt Mietwagen	44%	41%	46%	48%	31%
Faire Arbeitsbedingungen bei Dienstleistern (z.B. Hotels, Fluggesellschaften)	42%	40%	41%	40%	44%
Verzicht auf Papiere/Dokumente, d.h. Papiere/Unterlagen werden digital mitgeführt	41%	38%	42%	40%	40%
Ausgleich der CO2-Emissionen durch den Erwerb von Klimazertifikaten	40%	42%	35%	43%	42%
Sofern die Entfernung es zulässt: bevorzugte Nutzung von Zug statt Flugzeug	40%	35%	45%	43%	29%
Nutzung von Car-Sharing	39%	45%	29%	39%	39%
Reisen durch virtuelle Meetings ersetzen	38%	38%	33%	45%	24%
Wenn möglich, mehrere Termine in einer Reise verbinden und so gegebenenfalls mehrtägig unterwegs sein	34%	35%	33%	32%	35%
Weniger Gepäck bei Flugreisen	31%	30%	28%	32%	26%

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

Frage 34: Welche dieser Maßnahmen, die ein nachhaltiges Reisen - sowohl in ökologischer als auch in sozialer Hinsicht - unterstützen, werden in Ihrem Unternehmen beachtet? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage)

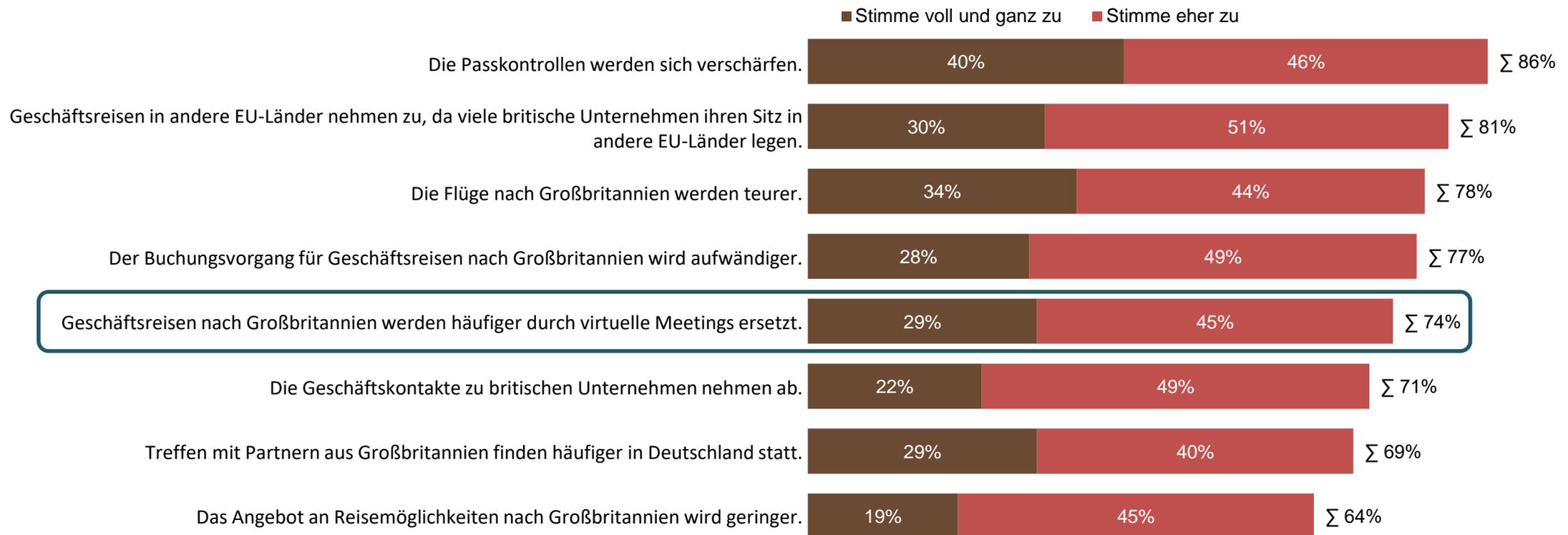
* Ohne „Keine Angabe“ ** Ohne „Das Unternehmen hat keine Reiserichtlinien“

Business Travel 2019

RISIKO- UND INFORMATIONSMANAGEMENT

BREXIT

Drei Viertel der Geschäftsreisenden gehen davon aus, dass nach einem Austritt der Briten aus der EU die Geschäftsreisen nach Großbritannien häufiger durch virtuelle Meetings ersetzt werden.

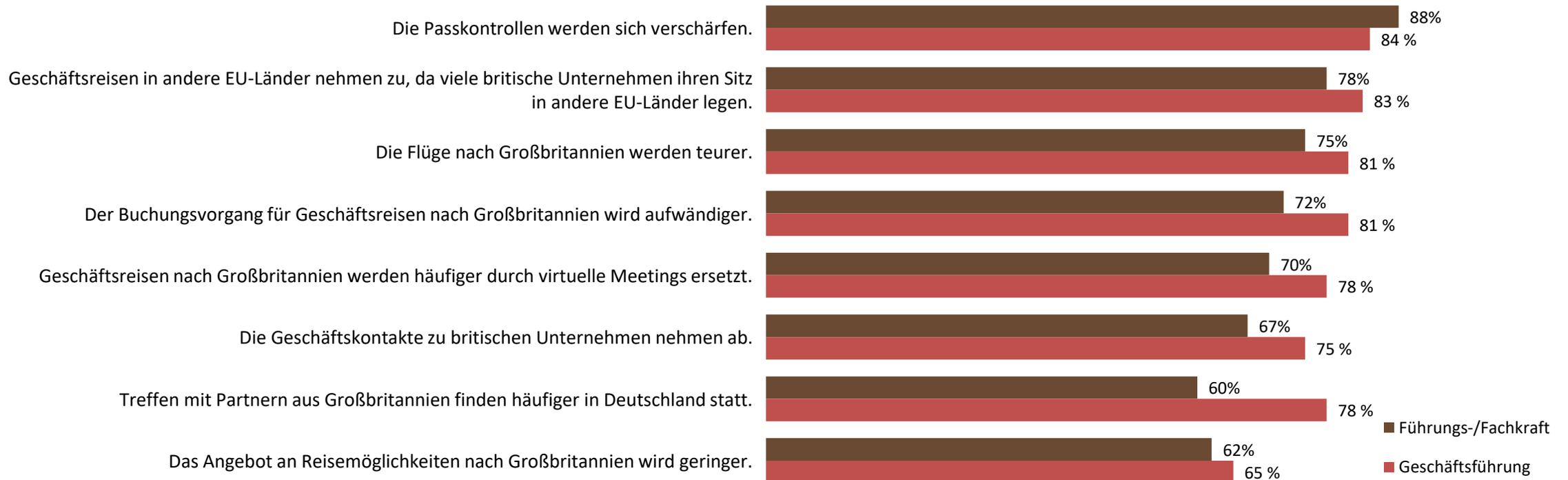


Frage 35: Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Austritt von Großbritannien aus der Europäischen Union (Brexit) allgemein auf Geschäftsreisen nach UK auswirken? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu/Stimme eher nicht zu/Stimme gar nicht zu; hier ausgewiesen: Top2)

BREXIT

Besonders die Geschäftsführungsebene sieht einen starken Einfluss des Brexits auf die Geschäftsreisen.

Top2: Stimme voll und ganz bzw. eher zu

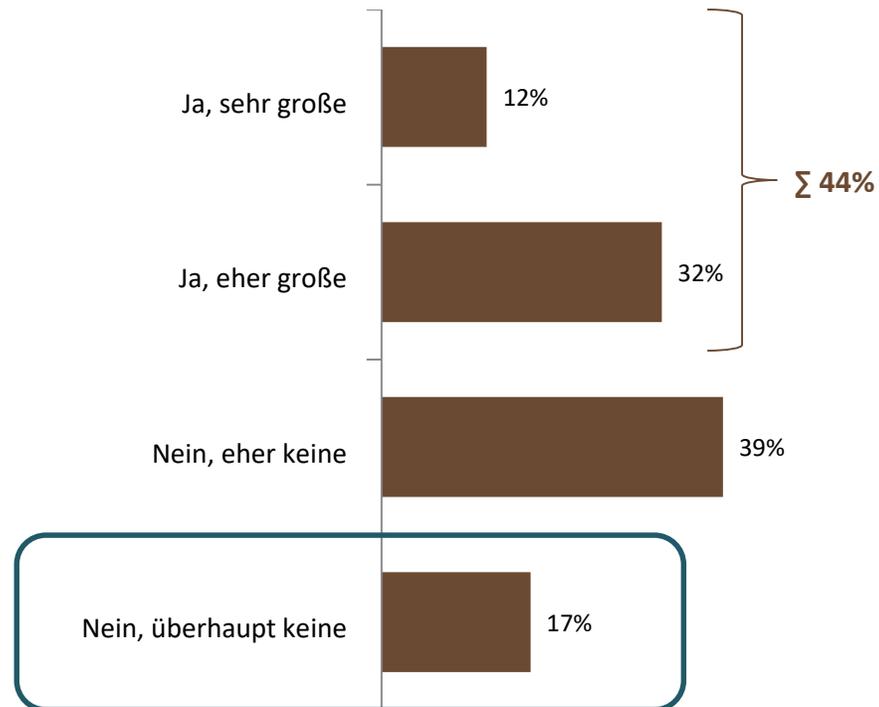


Frage 35: Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Austritt von Großbritannien aus der Europäischen Union (Brexit) allgemein auf Geschäftsreisen nach UK auswirken? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Skalierte Abfrage: Stimme voll und ganz zu/Stimme eher zu/Stimme eher nicht zu/Stimme gar nicht zu; hier ausgewiesen: Top2)

SICHERHEIT AUF REISEN

Nur jeder sechste Geschäftsreisende hat keinerlei Befürchtungen in Bezug auf die eigene Sicherheit auf Reisen.

Befürchtungen in Bezug auf die eigene Sicherheit auf Geschäftsreisen?



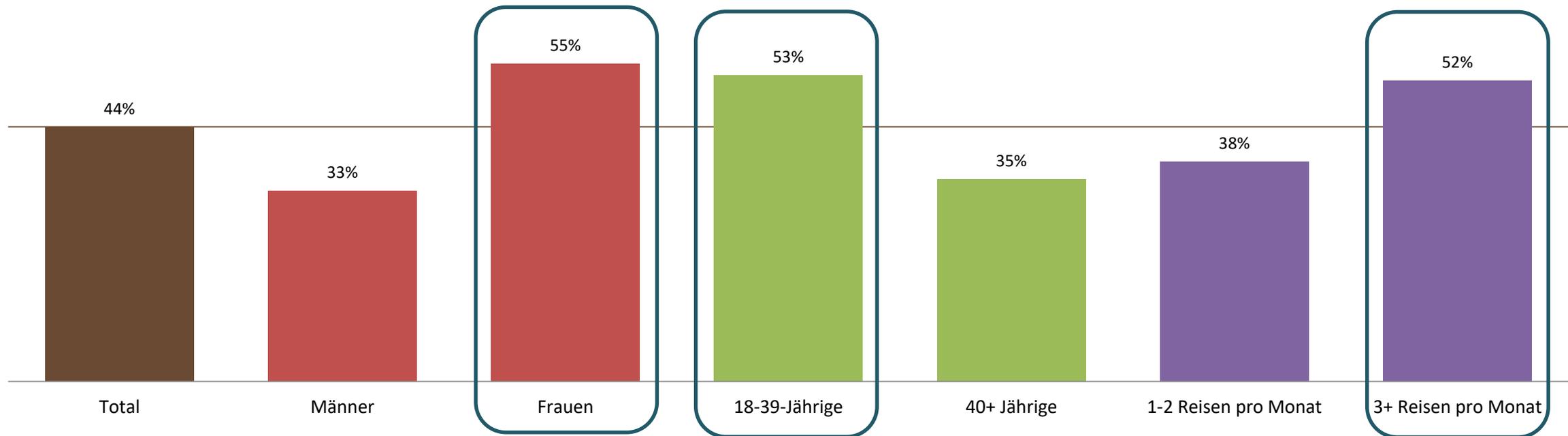
 Befürchtungen in Bezug auf die eigene Sicherheit im Zeitvergleich	2017	2018	2019
Ja, sehr große	12%	10%	12%
Ja, eher große	36%	32%	32%
Nein, eher keine	39%	39%	39%
Nein, überhaupt keine	13%	19%	17%
Top2: Ja, sehr große bzw. eher große	48%	42%	44%

Frage 36: In den letzten Jahren und 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 = 200 (Einfachnennung)

SICHERHEIT AUF REISEN

Besonders Frauen, unter 40-Jährige und Vielreisende haben Befürchtungen um ihre eigene Sicherheit auf Reisen.

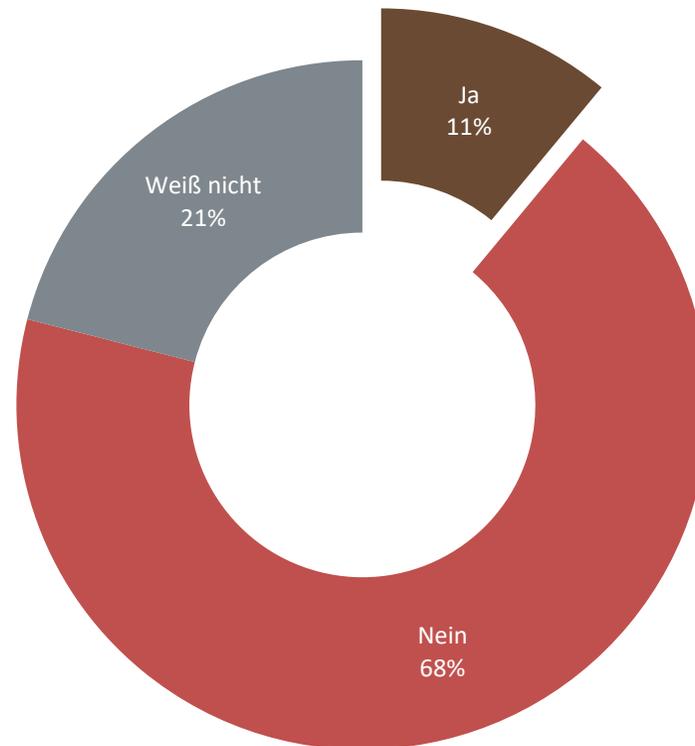
Ja, sehr bzw. eher große Befürchtungen



Frage 36: In den letzten Jahren und 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 = 200 (Einfachnennung; hier ausgewiesen: Top2: ja, sehr große bzw. eher große Befürchtungen)

SICHERHEIT AUF REISEN

Jedes neunte Unternehmen entsendet aus Sicherheitsgründen seine Mitarbeiter aktuell nicht in bestimmte Länder, wie Syrien oder die Türkei.

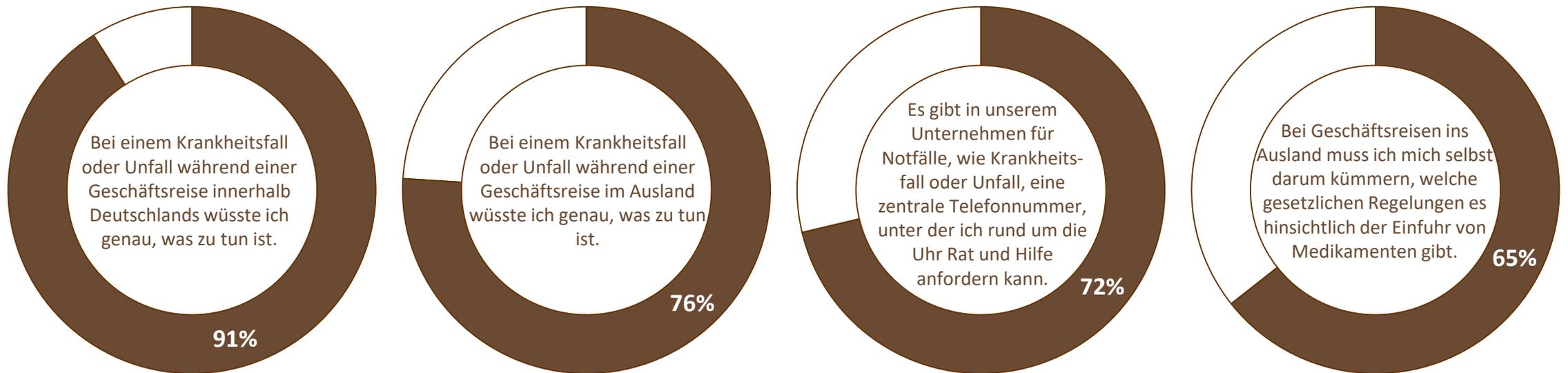


 Länder, die aus Sicherheitsgründen nicht bereist werden	Total
Syrien	4%
Türkei	3%
Iran	2%
Irak	2%
Vietnam	1%
Venezuela	1%
Jemen	1%
Sonstige Länder	4%

Frage 38: Gibt es Länder, in die Ihr Unternehmen aus Sicherheitsgründen derzeit keine Mitarbeiter entsendet? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

KRANKHEITSFÄLLE/UNFÄLLE AUF GESCHÄFTSREISEN

Nahezu jeder Geschäftsreisende wüsste bei einem Krankheitsfall oder Unfall während einer Reise innerhalb Deutschlands, was zu tun ist. Im Ausland sind es nur noch drei von vier Reisenden.

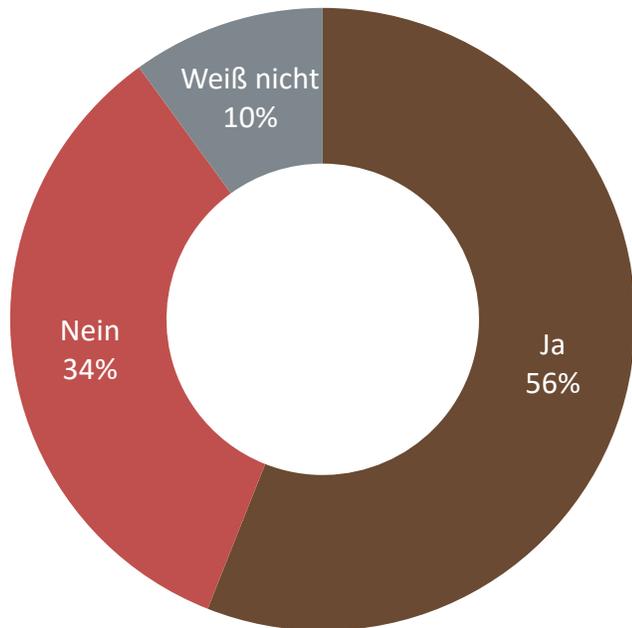


Frage 39: Wissen Sie, was bei Krankheitsfällen oder Unfällen bei Geschäftsreisen zu tun ist? Bitte geben Sie an, welche der Aussagen auf Sie bzw. Ihr Unternehmen zutreffen. Basis: Alle Befragten (Skalierte Abfrage: Trifft zu/Trifft nicht zu; hier ausgewiesen: Trifft zu)

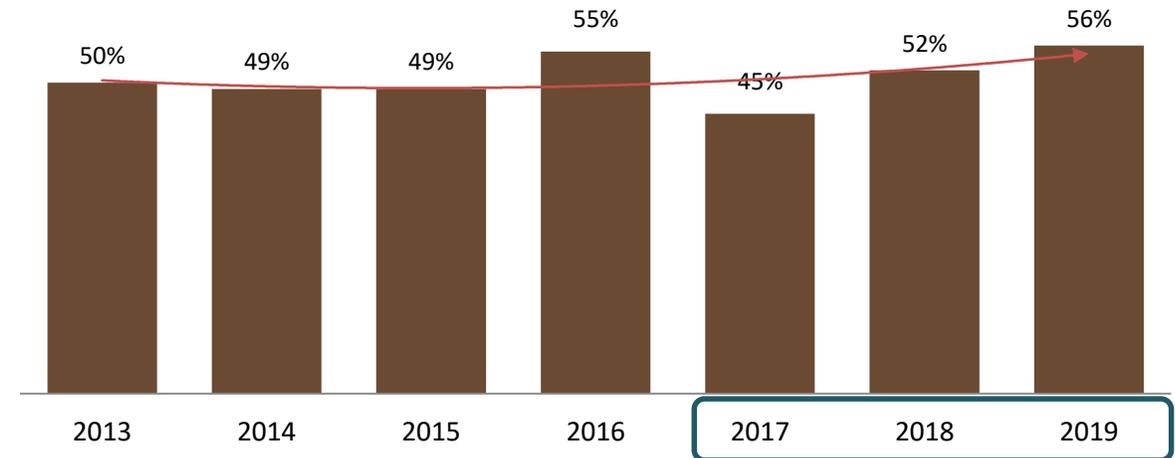
PROFESSIONELLES RISIKOMANAGEMENT

Der Trend hin zu einem professionellen Risikomanagement für Geschäftsreisen in Unternehmen zeigt nach oben.

Professionelles Risikomanagement im Unternehmen?



i Ja, es gibt ein professionelles Risikomanagement im Unternehmen
- im Zeitverlauf -



Frage 40: Gibt es in Ihrem Unternehmen ein professionelles Risikomanagement für Geschäftsreisen, wie z. B. Rückholpläne, einen Ansprechpartner für Geschäftsreisende oder ähnliches? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

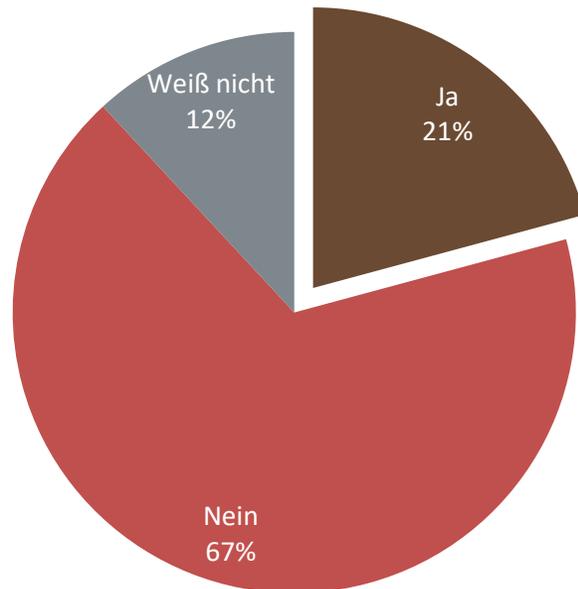
Business Travel 2019

KAMPAGNENWIRKUNG „CHEFSACHE BUSINESS TRAVEL“

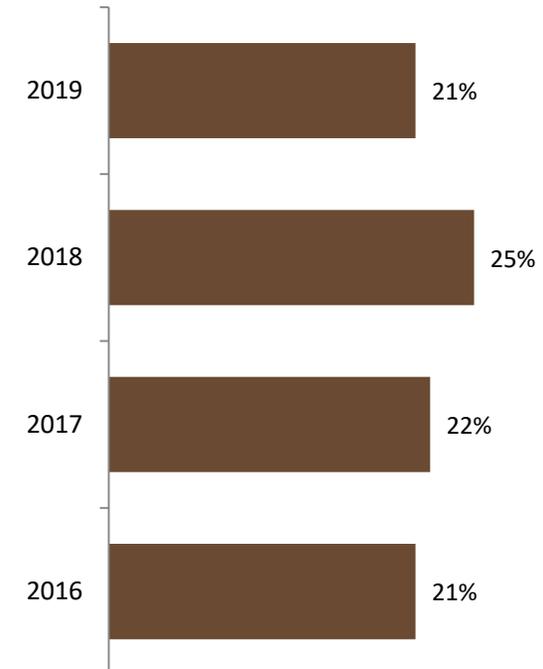
KAMPAGNENWIRKUNG 'CHEFSACHE BUSINESS TRAVEL'

Jedem fünften Geschäftsreisenden ist die Kampagne „Chefsache Business Travel“ bekannt.

Bekanntheit der Kampagne



Kampagnenbekanntheit im Zeitvergleich

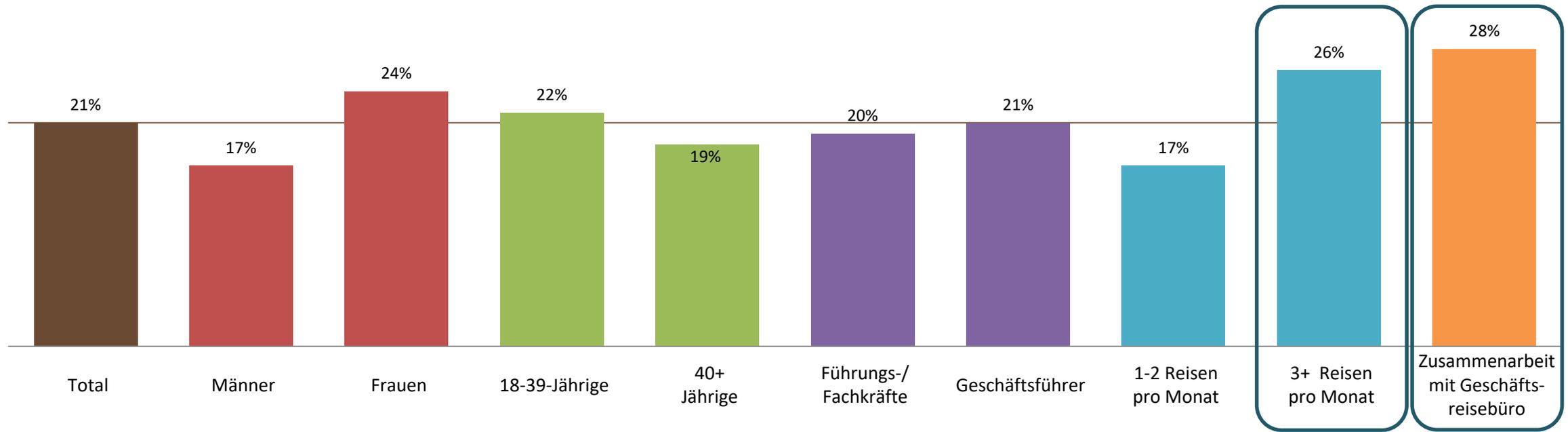


Frage 41: Der DRV Deutscher Reiseverband hat vor einiger Zeit eine Kampagne mit dem Titel "Chefsache Business Travel" gestartet. Kennen Sie diese Kampagne? Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennung)

KAMPAGNENWIRKUNG 'CHEFSACHE BUSINESS TRAVEL'

Die Kampagne „Chefsache Business Travel“ ist besonders Vielreisenden und Personen, die mit einem professionellen Geschäftsreisebüro zusammenarbeiten, bekannt.

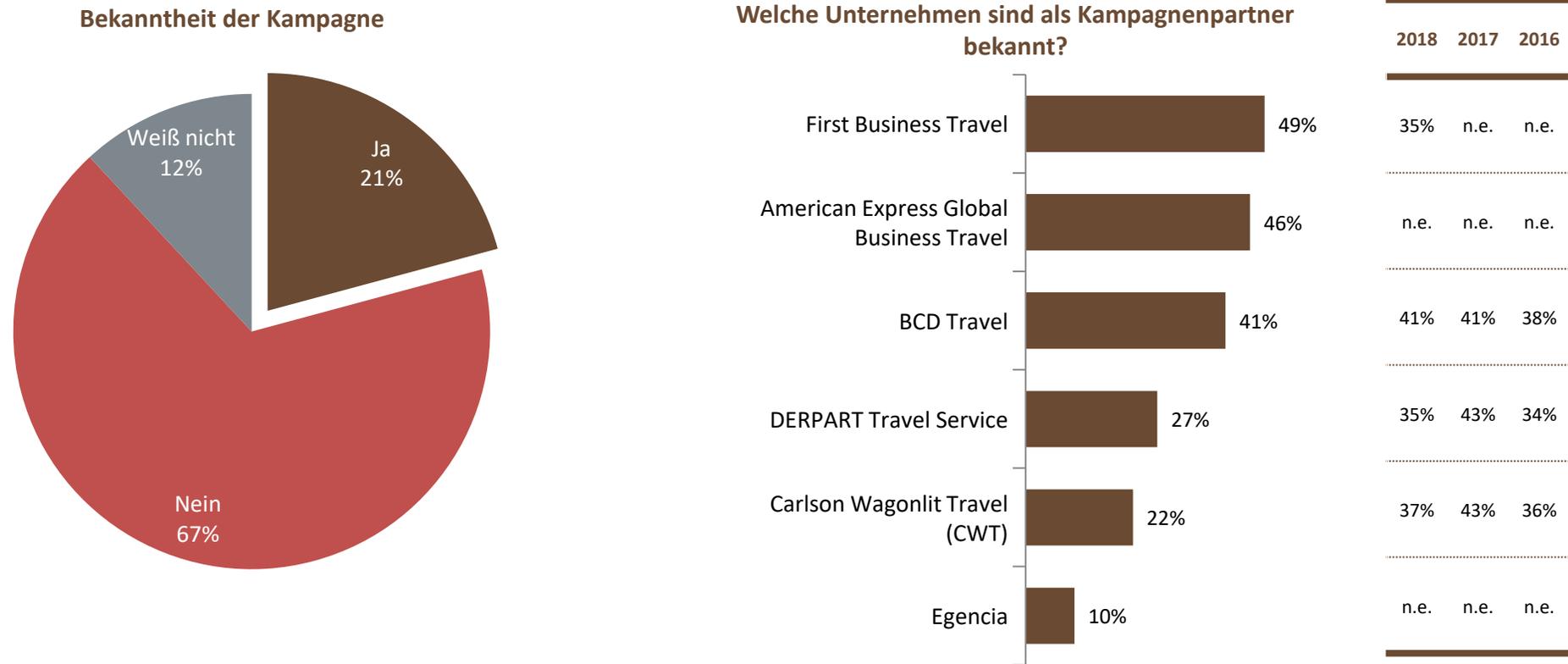
Ja, die Kampagne ist bekannt



Frage 41: 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 = 200 (Einfachnennung)

KAMPAGNENWIRKUNG 'CHEFSACHE BUSINESS TRAVEL'

Der bekanntesten Kampagnenpartner von „Chefsache Business Travel“ sind First Business Travel, American Express Global Business Travel sowie BCD Travel.



Frage 41 (linke Grafik): 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 = 200 (Einfachnennung) Frage 42 (rechte Grafik): Welche der folgenden Unternehmen sind Ihnen als Kampagnenpartner von "Chefsache Business Travel" bekannt? Basis: Geschäftsreisende, denen die Kampagne bekannt ist, N = 41 (Mehrfachnennungen)

Business Travel 2019

STATISTIK

STATISTIK 2019

Geschlecht		Geschäftsreisen pro Jahr		Anteil Auslandsreisen der letzten 12 Monate	
Männer	50%	Ein bis zwei Geschäftsreisen im Monat	57%	Tätige keine Auslandsreisen	6%
Frauen	50%	Drei bis vier Geschäftsreisen im Monat	26%	1-10 Prozent	11%
		Fünf oder mehr Geschäftsreisen im Monat	17%	11-20 Prozent	13%
Alter		Branche		21-30 Prozent	15%
18-39 Jahre	50%	Handel	22%	31-40 Prozent	15%
40 Jahre oder älter	50%	Dienstleistung	40%	41-50 Prozent	12%
		Unternehmensberatung	5%	51-60 Prozent	10%
		Produzierendes Gewerbe/Industrie	33%	61-70 Prozent	10%
Position		Anzahl Mitarbeiter in Deutschland		71-80 Prozent	4%
Geschäftsführung	22%	250 bis 499 Mitarbeiter	24%	81-90 Prozent	1%
Vorstand	13%	500 bis 999 Mitarbeiter	42%	91-100 Prozent	3%
Mitglied der Geschäftsleitung	15%	1.000 Mitarbeiter oder mehr	34%	Durchschnittlicher Anteil Auslandsreisen	40%
Führungskraft	42%				
Fachkraft mit Projektverantwortung	8%				

Basis: Alle Befragten, N = 200 (Einfachnennungen)