

## Studie: Millennials mögen Geschäftsreisen und lieben Goodies

Junge Kollegen empfinden sich unterwegs produktiver – Generation Y locken Bonusmeilen und Erste-Klasse-Reisen

**Berlin, 21. August 2018** – Von wegen die Generation Y achtet nur auf Work-Life-Balance: 45 Prozent der Geschäftsführer sagen, dass die 18- bis 34-jährigen Mitarbeiter die Belastung nicht scheuen und sogar lieber auf Dienstreisen gehen als die älteren Kollegen. Ein Grund: Fast jeder zweite junge Kollege schätzt seine Produktivität auf Reisen höher ein als im Büro. Doch die Jüngeren schauen auch genau hin, welche Extras ihr Arbeitgeber für sie bereithält. Zugfahrten erster Klasse, Bonusmeilen zur privaten Verwendung und ein schickes Hotel – das alles ist ihnen wichtig. Das sind Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2018“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

### **Junge Mitarbeiter reisen gern dienstlich**

Den Millennials eilt der Ruf voraus, weniger auf Karriere oder Geld zu achten, dafür auf pünktlichen Feierabend und Spaß im Job. Sich quer durch die Republik auf den Weg zu einem Geschäftstermin zu machen oder eine Dienstreise ins Ausland zu unternehmen, passt da weniger ins Bild. Doch Personalern, die das vermuten, liegen falsch. Jüngere Mitarbeiter schätzen Geschäftsreisen insgesamt mehr als die über 35-Jährigen, geben ihre Vorgesetzten und Kollegen in der Studie an. Und die 18- bis 34-Jährigen liegen mit ihrer Selbsteinschätzung ebenfalls auf dieser Linie: 64 Prozent von ihnen sagen, ihre Generation schätze Geschäftsreisen mehr als Ältere.

Die Generation Y hält sich unterwegs für effizienter als am Schreibtisch. Ihre Produktivität sei auf Geschäftsreisen höher, sagen 45 Prozent von ihnen – die Steigerung ist nicht unerheblich: 37 Prozent der 18- bis 34-

Jährigen beziffern die Produktivität bei dienstlichen Reisen auf mehr als 20 Prozent höher als im Büro.

## **Zeitgemäße Technik ist Generation Y wichtig**

Diese höhere Produktivität auf Dienstreisen hängt nach Meinung der Jüngeren maßgeblich von einer stabilen Internetverbindung und einer guten Arbeitsumgebung (93 Prozent) sowie der Ausstattung mit neuen Technologien (91 Prozent) ab. Für 57 Prozent der Millennials sind Smartphone, Tablet und Reise-Apps ursächlich für die höhere Produktivität, bei den 35- bis 45-Jährigen sehen das nur 39 Prozent so.

„Die jungen Mitarbeiter legen viel Wert auf eine zeitgemäße Ausstattung mit einem Firmen-Smartphone, -Laptop und entsprechenden Kommunikations-Apps“, sagt Andreas Neumann von DERPART, einer Travel Management Company der DRV-Initiative Chefsache Business Travel. „In Zeiten von Fachkräftemangel lassen sich junge Fachkräfte und High Potentials vor allem mit diesen und anderen kleinen Extras locken.“ Schon im Vorstellungsgespräch sind die Reiserichtlinien und darin enthaltene Goodies bei fast drei Viertel der 18- bis 34-Jährigen ein Thema, sagen die Chefs - bei den Bewerbern ab 46 Jahren ist dies nur noch für rund die Hälfte der Befragten der Fall.

## **Junge Fachkräfte lassen sich von Extras locken**

Die Befragten sagen zudem, dass diese Reise-Extras großen Einfluss auf die Mitarbeiterbindung hätten. Zugfahrten erster Klasse und private Nutzung von Bonusmeilen finden 80 Prozent der Jüngeren wichtig, aber nur 68 Prozent der über 46-Jährigen. 86 Prozent der 18- bis 34-Jährigen wünschen sich Mitsprache bei der Hotelwahl (Ältere: 65 Prozent). 89 Prozent sind ihrem Arbeitgeber dankbar, wenn sie Taxi statt ÖPNV wählen dürfen (Ältere 67 Prozent). 80 Prozent der jungen Mitarbeiter freuen sich über Business-Class bei Flugreisen von mehr als drei Stunden.

„Ein Erste-Klasse-Bahnticket oder eine Business-Class-Buchung kosten manchmal nicht viel mehr, sorgen aber neben der Mitarbeiterzufriedenheit auch dafür, dass während der Geschäftsreise besser gearbeitet werden kann“, so Neumann. Immerhin fast die Hälfte der Befragten findet die Wahl des Verkehrsmittels für die Produktivität wichtig. Denn schließlich lässt sich am Tisch in der 1. Klasse des ICEs besser arbeiten als am Steuer eines Autos.

## **Zur Studie „Chefsache Business Travel 2018“**

Die Studie „Chefsache Business Travel 2018“ wurde im Auftrag des Deutschen Reiseverbands (DRV) durchgeführt. 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 102 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wurden dafür über ein Online-Panel zum Thema Geschäftsreisen befragt. Die Daten wurden im Februar und März 2018 vom durchführenden Marktforschungsinstitut mo'web erhoben.

## **Über die Kampagne „Chefsache Business Travel“**

Auf Geschäftsreisen setzen Unternehmen ihre wichtigste Ressource ein: den hochqualifizierten Mitarbeiter. Knapp 90 Prozent schicken ihre Mitarbeiter mit dem Ziel auf Reisen, Geschäftsabschlüsse unter Dach und Fach zu bringen oder zumindest vorzubereiten. Der effizienten Gestaltung von Geschäftsreisen im Unternehmen misst die Chefetage jedoch trotzdem oft keine strategische Bedeutung zu. Dabei wird diese Aufgabe immer komplexer. Nicht nur Kosten, sondern auch andere Kriterien wie zum Beispiel Nachhaltigkeit oder Sicherheit gilt es zu beachten.

Ziel der Initiative von Travel Management Companies im DRV ist es, Geschäftsreisen als strategisches Managementthema zu verankern und den Nutzen eines professionellen Geschäftsreisemanagements in Zusammenarbeit mit den Geschäftsreisebüros auf Entscheiderebene besser bekannt zu machen. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie unter [www.chefsache-businessstravel.de](http://www.chefsache-businessstravel.de).

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies BCD Travel, Carlson Wagonlit Travel, DERPART Travel Service, DER Business Travel, FIRST Business Travel, sowie der Deutschen Lufthansa und dem DRV getragen.