

Geschäftsreisen machen den Job erst reizvoll

Ein weiteres großes Plus: Reisende fühlen sich produktiver und steigern den Umsatz

Berlin, 2.07.2019 – Öfter mal weg vom Schreibtisch: 54 Prozent der Dienstreisenden geben an, dass berufliche Fahrten zu Kunden oder Geschäftspartnern ihren Job attraktiv machen. Außerdem erwarten 39 Prozent dadurch mehr Umsatz. Das sind Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2019“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Weg von vertrauter Umgebung und Familie, lange Tage und zusätzlicher Aufwand – auf den ersten Blick sind Geschäftsreisen mehr Last als Vergnügen. Doch Angestellte in Fach- und Führungspositionen sehen das komplett anders. Mehr als jeder zweite Befragte empfindet die Dienstreisen als klaren Vorteil seines Berufs. Die Freude am beruflichen Reisen nimmt sogar stetig zu: Im Vorjahr lag der Wert noch bei 45 Prozent und vor zwei Jahren sogar nur bei 26 Prozent. Für weitere 43 Prozent haben die Geschäftsreisen zwar keinen derart hohen Stellenwert, sie wissen aber trotzdem die Abwechslung vom Arbeitsalltag zu schätzen. Hier zeigt sich: Je höher die Position, desto begehrt sind Geschäftsreisen. Fach- und Führungskräfte halten dienstliche Reisen vor allem für eine willkommene Abwechslung (58 Prozent), Geschäftsführer und Vorstände sehen externe Termine sogar als besonders attraktiven Aspekts ihres Jobs (69 Prozent).

Längere Geschäftsreisen werden bevorzugt.

Frauen berücksichtigen Nachhaltigkeitsaspekte stärker

Eine Überraschung der Umfrage ist, dass auch lange Trips kein notwendiges Übel sind, sondern geschätzt werden. 71 Prozent der Befragten präferieren ausgedehnte Businessstrips. Auch hier steigt die Attraktivität: Im Vorjahr waren nur 58 Prozent bevorzugt länger unterwegs – das sind 13 Prozentpunkte weniger. Frauen sind besondere Verfechter mehrtägiger Geschäftsreisen, 77 Prozent von ihnen ziehen diese – insbesondere aus Nachhaltigkeitsgründen – eintägigen Reisen vor.

„Firmen haben auch im Zeitalter der Massendigitalisierung erkannt, dass sie mit Geschäftsreisen Jobs interessanter machen. Und persönlicher Austausch fördert nicht nur das Know-how. Knapp vier von zehn Geschäftsreisenden haben angegeben, dass sie unterwegs sogar produktiver sind als im Büro“, sagt Verena Funke, Country Director bei Egencia Deutschland.

Mehr Umsatz durch Geschäftsreisen

Weit entfernt vom Arbeitsplatz werden Geschäftsreisende weniger von Anrufen und Kollegen abgelenkt. Doch das ist nicht der einzige Grund für mehr Produktivität: Ebenfalls vier von zehn Befragten sind der Ansicht, dass persönliche Treffen die Möglichkeit bieten, erfolgreicher zu sein. Im Durchschnitt gehen sie von einem Umsatzplus von 23 Prozent aus.

„Was Geschäftsreisende belastet, sind nicht die Reisen an sich, sondern Probleme bei der Anreise, schlechte Organisation oder unvorhergesehene Zwischenfälle“, sagt Funke.

Zur Studie „Chefsache Business Travel 2019“

Die Studie „Chefsache Business Travel 2019“ wurde im Auftrag des Deutschen Reiseverbands (DRV) durchgeführt. 100 Geschäftsführer, die selbst regelmäßig auf Geschäftsreisen sind, sowie 100 geschäftsreisende Führungs- und Fachkräfte aus Unternehmen ab 250 Mitarbeitern wurden dafür über ein Online-Panel zum Thema Geschäftsreisen befragt. Die Daten wurden im März 2019 vom durchführenden Marktforschungsinstitut mo'web erhoben.

Medienkontakt:

Kerstin Heinen, Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherinnen

Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de

Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation

Presseinformation

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.

Die Kampagne Chefsache Business Travel wird von den Travel Management Companies American Express GBT, BCD Travel, CWT, DERPART Travel Service, Egencia, FIRST Business Travel und dem DRV getragen.

Medienkontakt:

Kerstin Heinen, Dr. Ellen Madeker, Pressesprecherinnen

Telefon: (030) 2 84 06-15, E-Mail: presse@drv.de

Für den Inhalt verantwortlich: Torsten Schäfer, Leiter Kommunikation