

Umfrage: Geschäftsführer verbinden auf Reisen oft Beruf und Freizeit

Dienstreisen werden gern für privaten Urlaub verlängert

Berlin, 17.09.2019 – Das Nützliche mit dem Angenehmen verbinden: Knapp drei Viertel der Geschäftsreisenden haben schon einmal eine sogenannte Bleisure-Reise unternommen und Geschäftliches (Business) und Privates (Leisure) miteinander gekoppelt. Besonders Geschäftsführer und Vorstände gönnen sich diese Kombination. Das sind Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2019“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Nach dem Messebesuch noch Freunde in der Stadt besuchen oder am Abend nach dem Kundentermin ins Theater: Wer aus beruflichen Gründen ohnehin schon die Reisedstrecke zurückgelegt hat, denkt oft praktisch und nutzt den Ort auch für Persönliches. 72 Prozent der Geschäftsreisenden haben auf diese Art bereits das Nützliche mit dem Angenehmen verbunden. Wer öfter als drei Mal pro Monat beruflich unterwegs ist, macht besonders häufig von Bleisure-Reisen Gebrauch. 80 Prozent der Vielreisenden haben ihre Geschäftsreise bereits für private Aufenthalte verlängert. Ebenso groß ist die Nutzung in der Chefetage: Acht von zehn Geschäftsführern kombinieren Dienstreisen mit (Kurz-)Urlaub. Angestellte Fach- und Führungskräfte hingegen nutzen die Möglichkeit weniger. Von ihnen nehmen etwa zwei Drittel die Möglichkeit zur Verlängerung wahr.

Jeder Dritte der befragten Geschäftsreisenden hat bereits vorsorglich die Rückreise um ein paar Stunden nach hinten verschoben, um sich etwa noch mit Bekannten zu treffen. 21 Prozent haben ihren Partner oder die ganze Familie mit ins Hotel genommen oder diese nachgeholt, wenn sie auf Dienstreise waren. Am beliebtesten ist hingegen, die Reise selbst noch ein wenig auszukosten: Rund die Hälfte hat dafür eine oder mehrere Übernachtungen angehängt. „Auf Reisen stressen besonders die An- und Abreise, das hat unsere Studie bestätigt. Wer beruflich viel unterwegs ist, versucht diese Phasen zu verringern und nutzt öfter die Gelegenheit, sich nach getaner Arbeit noch vor Ort zu erholen“, sagt Andreas Neumann, Geschäftsführer der DERPART Reisevertrieb GmbH, einem Partner der DRV-Initiative Chefsache Business Travel.

Urlaub nach dem Geschäftstermin darf auch etwas kosten

Für zusätzliche Hotelübernachtungen alleine oder mit Partner selbst Geld draufzulegen, nehmen 55 Prozent dafür gern auf sich. Auch die Mehrkosten für Familie oder Freunde zahlt jeder Zweite selbstverständlich privat. Jedoch ist nur jeder dritte Geschäftsreisende bereit, tief in die eigene Tasche zu greifen und einen höheren Flugpreis zu bezahlen, um erst später nach Hause fliegen zu können. „Prinzipiell ist bei den Geschäftsreisen aber die Bereitschaft da, anfallende Mehrkosten für die private Verlängerung der Reise zu übernehmen. Geschäftsreisebüros können Unternehmen bei der Erstellung klarer Reiserichtlinien helfen, um Mitarbeitern aufzuzeigen, was in Sachen Bleisure Travel möglich ist und was nicht“, so Neumann. „Wichtig ist vor allem, dass Dienstreisende ihren Arbeitgeber über ihre Pläne informieren.“

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