

Digitalisierung auf Geschäftsreisen: Smart Luggage, Sprachassistenten und Co. erhalten Einzug

Berlin, 13. September 2018 – Es klingt wie aus einem Science-Fiction-Film: Gepäckstücke, die von alleine rollen und dem Besitzer anzeigen, wo sie sich gerade befinden. Sogenanntes „Smart Luggage“ würden 73 Prozent der Geschäftsreisenden gern einmal ausprobieren – Das sind Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2018“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Insgesamt herrscht unter Geschäftsreisenden große Offenheit für neuartige digitale Tools. Im Beobachten des Reiseverlaufs durch einen GPS-Tracker sehen 62 Prozent großen Nutzen. „Die digitale Reiseüberwachung ermöglicht es, die Position des Geschäftsreisenden bei Gefahren sofort zu ermitteln oder bei Verzögerungen im Reiseverkehr alternative Routen vorzuschlagen“, sagt René Zymni, Vice President Strategic Accounts and Commercial Services EMEA bei BCD Travel, einem Unternehmen der DRV-Initiative Chefsache Business Travel. „Neue Tools machen Reisen sicherer und schneller.“

Digitale Tools bringen Zeit und Komfort

Am beliebtesten sind technische Helfer, die dem Dienstreisenden Zeit sparen: 87 Prozent würden beispielsweise gern einen mobilen Check-In/Out im Hotel nutzen, so dass Reisende nicht mehr am Hoteltresen anstehen müssen und einige Stunden vor Anreise die Zimmernummer und einen QR-Code auf ihrem Handy empfangen. Da heute nahezu alle Dienstreisenden ein Mobiltelefon bei sich tragen, steigt auch die Bedeutung von virtueller Bezahlung der Reisekosten zum Beispiel über eine mobile

App: 74 Prozent der Befragten würden ihre Zimmerrechnung gerne per Klick begleichen, anstatt die Brieftasche zu zücken und hinterher kompliziert abrechnen zu müssen. „Belege werden auf dem Smartphone gesammelt, die Bezahlung erfolgt bargeldlos über virtuelle Kreditkarten und Mobile Payment. Noch vorhandene Papierbelege werden mit dem Handy abfotografiert und in der digitalen Reisekostenabrechnung gespeichert“, erklärt Zymni. Schon jetzt führen 53 Prozent der Dienstreisenden nach Möglichkeit nur noch digitale Dokumente statt Papier mit, weitere 38 Prozent planen dies für die Zukunft. „Der Anteil an Hotelbuchungen, die mit virtuellen Karten bezahlt werden, verdoppelt sich von Jahr zu Jahr. Dazu gehört auch das automatisierte Sammeln und Prüfen der dazugehörigen Hotelrechnungen – ein für den Reisenden unsichtbarer, reibungsloser Prozess.“

Roboter beantworten Reisefragen

Mehr Effizienz im Reiseprozess bieten nicht nur mobile Lösungen, sondern auch künstliche Intelligenz. Die permanente Erreichbarkeit eines ChatBots, der online Reisefragen beantwortet, ist für 54 Prozent der Geschäftsreisenden der größte Vorteil eines solchen Tools. Abends im Hotelzimmer noch kurz nachfragen, bis wann das Zimmer am nächsten Morgen verlassen werden muss: kein Problem, der ChatBot weiß Bescheid. 63 Prozent der befragten Geschäftsreisenden würden sich auch von einem solchen virtuellen Assistenten in Reisefragen beraten lassen. Dieser digitale Assistent kann künftig auf Informationen vergangener Reisen zurückgreifen, kennt die Vorlieben des Mitarbeiters und bucht selbstständig. „Geschäftsreisen werden immer individueller und die Assistenten intelligenter. So werden Geschäftsreisende entlastet und müssen nicht mehr aus unzähligen Optionen wählen. Sie bekommen auf Basis vergleichbarer anderer Reisender und der eigenen Buchungshistorie perfekt zugeschnittene Vorschläge“, so René Zymni. „Schon heute spielen Sprachassistenten im privaten Bereich eine große Rolle. Ihre Bedeutung wird auch im beruflichen Kontext zunehmen und Einfluss haben auf die Einsichtnahme in Reisepläne und Buchung von Reisen.“

Presseinformation

Zur Studie „Chefsache Business Travel 2018“

Die Studie „Chefsache Business Travel 2018“ wurde im Auftrag des Deutschen Reiseverbandes (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 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 Entscheidungsebene besser bekannt zu machen. Weitere Informationen hierzu erhalten Sie unter www.chefsache-businesstravel.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.