

Studie: Nachhaltiges Reisen ist Frauen wichtiger als Männern

Viele Unternehmen ignorieren den Wunsch der Mitarbeiter nach umweltfreundlichen Geschäftsreisen noch

Berlin, 05. November 2018 – Frauen achten bei Geschäftsreisen mehr auf Nachhaltigkeit als Männer. Bei der Anreise ziehen sie den Zug häufiger als ihre männlichen Kollegen dem Flugzeug vor und nutzen am Zielort öfter die öffentlichen Verkehrsmittel. Häufig stehen aber einer nachhaltigen Geschäftsreise die Unternehmen im Weg: Obwohl dem Großteil der Befragten Nachhaltigkeit auf Geschäftsreisen wichtig ist, achtet weniger als die Hälfte der Firmen bei ihren Reiserichtlinien darauf. Das sind die Ergebnisse der aktuellen Umfrage „Chefsache Business Travel 2018“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband (DRV).

Zwischen der Zahl der Unternehmen, die bei der Buchung von Geschäftsreisen tatsächlich die Nachhaltigkeit berücksichtigen und der Anzahl der Mitarbeiter, die dieses Thema bei Geschäftsreisen als wichtig erachten, herrscht in Deutschland eine deutliche Diskrepanz. Obwohl 81 Prozent der Studienteilnehmer sagen, dass es wichtig ist, bei Dienstreisen auf die Umwelt zu achten, wird nur in 47 Prozent der Unternehmen immer oder zumindest meistens darauf geachtet. Frauen haben ein größeres Bewusstsein für Nachhaltigkeit als Männer: so halten 86 Prozent der weiblichen Befragten die Nachhaltigkeit von Geschäftsreisen für wichtig, bei den Männern sind es hingegen nur 76 Prozent.

„In Sachen Nachhaltigkeit können die Männer von ihren Kolleginnen lernen“, sagt Mark Tantz, Geschäftsführer DER Business Travel, einer Travel Management Company der DRV-Initiative Chefsache Business Travel. „Die Firmen können aber auch selbst Nachhaltigkeit fördern, indem sie die Mitarbeiter besser über umweltschonende Reisemöglichkeiten informieren – Geschäftsreisebüros sind hierbei kompetente Partner, die die Unternehmen gerne unterstützen, indem sie beispielsweise bei der Erstellung und Umsetzung der entsprechenden Reiserichtlinien helfen.“

Frauen fahren öfter Zug

Die Möglichkeiten zur Erhöhung der Nachhaltigkeit einer Geschäftsreise sind vielfältig: Am weitesten verbreitet ist in deutschen Unternehmen das Verbinden mehrerer Termine auf einer Dienstreise, 68 Prozent der Befragten achten bereits darauf. 74 Prozent der Damen nutzen diese Methode und liegen damit um elf Prozentpunkte vor den Herren. Darüber hinaus steigen 53 Prozent der Befragten in den Zug statt ins Flugzeug, wenn es die Entfernung zulässt. Während 58 Prozent der Frauen dieses Reisemittel bevorzugt wählen, gilt das nur für 49 Prozent der Männer.

Bei der Wahl der Unterkunft, des Restaurants oder des Reisedienstleisters achten immerhin noch 31 Prozent der Befragten darauf, Angebote auszuwählen, die für ihre Umweltfreundlichkeit ausgezeichnet wurden. Mit einem Anteil von 37 Prozent liegen die Damen hier ganze zwölf Prozentpunkte vor den Herren. „Für Nachhaltigkeit zertifizierte Angebote, beispielsweise entsprechende Hotels, werden in Zukunft an Bedeutung gewinnen“, so Tantz. „Unsere Studie hat gezeigt, dass sich 53 Prozent der Befragten vorstellen können, einen solchen Service auf künftigen Geschäftsreisen zu nutzen. Um hier die richtige Auswahl zu treffen, können Geschäftsreisebüros die Mitarbeiter und Unternehmen beraten und unterstützen.“

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

Am Zielort ist meistens doch das Taxi bequemer

Für den Großteil der Befragten ist die Nachhaltigkeit bei Geschäftsreisen also bereits grundsätzlich ein wichtiges Thema und bei der Anreise wird dies auch schon berücksichtigt – am Zielort zeigt sich aber, dass dort auch bei den Mitarbeitern in der Praxis noch Verbesserungsbedarf in Bezug auf Nachhaltigkeit besteht: 44 Prozent der befragten Geschäftsreisenden sagen, dass sie von allen am Zielort zur Verfügung stehenden Verkehrsmitteln am häufigsten das Taxi nutzen. Der Anteil der Damen, die häufig ins Taxi steigen, liegt bei 48 Prozent und damit acht Prozentpunkte höher als bei den Herren. Den öffentlichen Nahverkehr hingegen nutzen nur 30 Prozent der Befragten nach eigenen Angaben oft am Zielort. Mit einem Anteil von 32 Prozent liegen die Frauen hier nur leicht vor den Männern, von denen 29 Prozent viel mit Bus und Bahn unterwegs sind.

Wenn die Befragten am Zielort selbst am Steuer sitzen, dann am häufigsten in ihrem Geschäftswagen, den 31 Prozent nach eigenen Angaben oft nutzen. Während der Anteil der Frauen, die dieses Transportmittel oft wählen, bei 35 Prozent liegt, sind es bei den Männern 27 Prozent. Eher selten greifen die Befragten auf Leihfahräder zurück, die es inzwischen in vielen deutschen Großstädten gibt. Lediglich sieben Prozent der Befragten treten häufig auf Geschäftsreise in die Pedale. Die Herren sind mit einem Anteil von neun Prozent sportlicher als die Damen, von denen nur vier Prozent bei fast jeder Gelegenheit aufs Leihfahrrad steigen.

Carsharing gewinnt an Bedeutung

Als Konkurrenz zu Taxen, Mietwagen oder öffentlichen Verkehrsmitteln hat sich in Großstädten mittlerweile Carsharing etabliert. Auf Geschäftsreisen nutzen bisher schon 15 Prozent der Befragten dieses Angebot häufig, Männer und Frauen liegen hier fast gleichauf. „Das ist eindeutig ein Markt mit Wachstumspotenzial“, sagt Tantz. „59 Prozent der Befragten sind der Ansicht, dass Carsharing in den nächsten Jahren auch bei Geschäftsreisen

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

an Bedeutung gewinnen wird.“ Der Anteil der Männer mit dieser Einschätzung liegt bei 61 Prozent und damit um fünf Prozentpunkte höher als bei den Frauen.

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 Entscheider Ebene 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.

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